

منظمة المرأة العربية
Arab Women Organization

الدورة التدريبية للإعلاميات العربيات حول مهارات البحث والإعداد والتحليل الإعلامي في المجال السياسي

الجزائر، 19-22 ديسمبر/كانون أول 2011

أ. د. بلقاسم بن روان

الدورة التدريبية للإعلاميات العربيات حول

مهارات البحث والإعداد والتحليل الإعلامي في المجال السياسي

الجزائر، 19–22 ديسمبر/كانون الأول 2011

25 شارع رمسيس - الكوربة - مصر الجديدة
القاهـــرة - جمهوريـــة مصـــر العربيـــة
تليفون: 101/ 24183301 (202 +)
فاكس: 24183110 (202 +)
البريـد الإكتروني: info@arabwomenorg.net
الموقع الإلكتروني: www.arabwomenorg.org

طبع بجمهوريـــة مصـــر العربيـــة، الطبعة الأولى 2012

رقم الإيداع:

الترقيم الدولي:

فهرس المحتويات


تصدير

عقدت منظمة المرأة العربية الدورة التدريبية للإعلاميات العرب حول "مهارات البحث والإعداد الإعلامي في المجال السياسي" بالجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية في الفترة الممتدة من 19-22 ديسمبر/ كانون الأول 2011م بالتعاون والتنسيق مع الوزارة المنتدبة لدى وزير التضامن والأسرة والجالية الجزائرية بالخارج المكلفة بالأسرة وقضايا المرأة، وهذا في ظل رئاسة الجزائر لمنظمة المرأة العربية في دورتها الخامسة (2011م-2013م). أشرفت على افتتاح هذه الدورة التدريبية معالي الوزيرة نوارة سعدية جعفر، الوزيرة المنتدبة لدى وزير التضامن والأسرة والجالية الجزائرية بالخارج المكلفة بالأسرة وقضايا المرأة، وعضو المجلس التنفيذي لمنظمة المرأة العربية، بمعية سعادة الأستاذة الدكتورة ودودة بدران، المديرة العامة لمنظمة المرأة العربية، والأستاذ الدكتور بلقاسم بن روان، المعد والمشرف على المحتوى التدريبي للدورة.

جاءت هذه الدورة التدريبية الثالثة التي تنظمها منظمة المرأة العربية في الجزائر كأيقونة ثالثة تبرز مدى اهتمام منظمة المرأة العربية بالدور الكبير الذي يلعبه الإعلام في النهوض بالمرأة العربية، وقدرة الإعلام على الترويج لصورة أكثر إيجابية للمرأة العربية. تندرج هذه الدورة ضمن البرنامج الذي تتبناه منظمة المرأة العربية تحت عنوان **"الإعلام والمرأة"**. هذا البرنامج الطموح الذي وضع إستراتيجية إعلامية للمرأة العربية العاملة في القطاع كان نتاج جهد جهيد قام به ثلة من الخبراء والإعلاميين العرب، وشكلت الإشكالية الإعلامية والاتصالية وعلاقتها بالمجتمع هاجسًا علميًّا قاد عمل واضعي الإستراتيجية الإعلامية للمرأة العربية؛ نظرًا للدور الذي يلعبه الإعلام كوسيط له علاقة بالعديد من المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وبفئات مجتمعية متباينة في تركيبتها ومشاربها العقائدية؛ ولهذا كان لابد من الاهتمام بهذا الوسيط الأساسي واستخدامه في تحسين وضع النساء في المجتمع من خلال تفعيله تفعيلًا صحيحًا وعقلانيًّا، بوصفه حاملًا لرسائل عديدة وصور ذهنية وأنماط تفكير تؤثر في الاتجاهات والمواقف والقيم. ويزداد هذا الدور تعاظمًا مع التطور المذهل الذي تشهده الساحة الإعلامية في مجال تقنيات الإعلام والاتصال.

تبنت الإستراتيجية الإعلامية للمرأة العربية مقاربة علمية للحقل الإعلامي بوصفه وسيطًا له القدرة على خلق التواصل والتفاعل والإسهام في مشروعات الإصلاحات المجتمعية التي تتبناها العديد من الدول العربية الهادفة إلى تحسين

أوضاع المرأة. للوصول إلى هذه الغاية كان لابد من توظيف المنظومة الإعلامية بوصفها نسقًا جزئيًّا يتفاعل مع أنساق محلية ودولية. ولا يكون لهذا التوظيف والتفعيل مردود حقيقي وإيجابي إلا إذا تم التركيز على التدريب والتكوين للفاعلين العاملين في القطاع الإعلامي بهدف الوصول لمستوى عالٍ من الحرفية القادرة على إنتاج مضمون جيد وذي مصداقية يسهم في بناء قيم ثقافية أكثر تفهمًا لقضايا المرأة ووضعها في المجتمع.

ضمت الإستراتيجية الإعلامية للمرأة العربية في طياتها تحليلًا للواقع الإعلامي العربي الحالي وعلاقته بالمرأة العربية من حيث المخرجات والممارسات المهنية و كشف التحليل مواطن القوة والقصور في المنظومات الإعلامية العربية والتحديات التي تواجهها، وحدد خطة تغطي سبعة مجالات علمية تروج من خلالها المضامين والرسائل الموجهة للمرأة العاملة في القطاع الإعلامي بمختلف فروعه وتخصصاته. هذه الدورة التدريبية الثالثة المنعقدة في الجزائر جاءت لتستجيب لهذا الانشغال بعد موافقة معالي الوزيرة نوارة سعدية جعفر على تخصيص فاعليات هذه الدورة في المجال السياسي؛ نظرًا لأهمية البعد السياسي وعلاقته بالمشاركة والتمكين السياسي للمرأة.

فاعليات هذا النشاط التدريبي جاءت كتكملة للجهود التي قامت وتقوم بها منظمة المرأة العربية، بهدف تفعيل أحد البرامج المحورية التي اشتملت عليها الإستراتيجية الإعلامية العربية، وهو برنامج "الاحتراف الإعلامي"؛ استجابة للهدف الاستراتيجي الثاني، والمتمثل في بناء القدرات والمهارات الاحترافية للإعلاميات العربيات. ويستند برنامج "الاحتراف الإعلامي" على تنظيم عدد من الدورات التدريبية عالية الجودة يستفيد من مخرجاتها الإعلاميات والإعلاميون العرب؛ بهدف تمكينهم من التحكم في تقنيات الإعلام والاتصال الحديثة، وتمكينهم من الإسهام - كل في موقع عمله- عن طريق إنتاج مضامين إعلامية أكثر جودة وأكثر إبداعًا وأكثر عقلانية، وخاصة المضامين التي تخاطب المرأة.

شمل المحتوى التدريبي لهذه الدورة -الموجهة للإعلاميات العربيات حول مهارات البحث والإعداد والتحليل الإعلامي في مجال السياسة- محتويات ومفردات تدريبية ركزت في مجملها على تدعيم القدرات الاحترافية للإعلاميات العربيات، وتصحيح بعض المفاهيم، وفتح مجالات بحث وتنقيب حول الأطر المفاهيمية المطروحة في الدورة، والتي من شأنها تقوية المردود المهني للإعلاميات العربيات في مجال عملهن.

تم الاعتماد في وضع هذا البرنامج على مقاربة منهجية علمية اعتمدت ثلاثة محاور أساسية:

1. ركز المحور الأول في محتواه على قضايا الأمن الإنساني وعلاقته بأمن المرأة في المجال السياسي والمشاركة السياسية، بالإضافة إلى تدريب المشاركات على مسائل النوع الاجتماعي، حيث تم شرح الدلالات السياسية والاجتماعية والثقافية للنوع الاجتماعي (الجندر).

2. المحور الثاني محور مفاهيمي، تم ربطه بالمحتوى التدريبي للدورة، وشمل تعريف المتدربات ما يلي:

- أخلاقيات العمل الإعلامي في المجال السياسي "التلفزيون نموذجًا".
- الصورة في التلفزيون "الأبعاد، الاستخدام، التوظيف في النشاط السياسي".
- الرأي العام والتسيير الإعلامي والسياسي للأزمة.
- منهجية التعامل مع المعلومة السياسية من الحاجة إلى الاستخدام.
- التوظيف السياسي والإعلامي للإنترنت في العمل التلفزيوني.
- الإخراج التلفزيوني: "الحصص السياسية نموذجًا".
- الحصص السياسية في التلفزيون من التصور إلى الإنجاز.

3. المحور الثالث تدريبي تطبيقي: شمل نشاطات وتطبيقات وتدريبات علمية تم ربطها بالمحور الثاني. وشمل هذا المحور النشاطات والتدريبات التالية:

- تدريب المشاركات على التقنيات السيميولوجية لقراءة الصورة.
- كيفية إعداد حصة تلفزيونية في المجال السياسي.
- كيفيات وطرق البحث عن المعلومة في الشبكة، ومجالات البحث والتحليل والاستخدام.
- فنيات التحرير: الكتابة التلفزيونية نموذجًا.
- منهجيات التحليل السياسي في الإعلام المرئي (التلفزيون) حسب الأنواع الصحفية.
- ورشة عمل: تقديم المشاركات لـ "مشروع حصة" عن المشاركة السياسية للمرأة في الهيئات المنتخبة.

• زيارة ميدانية للتلفزيون الجزائري.

• عمل تطبيقي: تلقين المتدربات آليات التصور والتحضير لمشروع حصة تلفزيونية.

• إنجاز نشرة إخبارية "التلفزيون نموذجًا".

هذه الأنشطة التدريبية تمت الاستعانة في تنفيذها في اليوم الرابع باستخدام "أستديو تلفزيوني متنقل". وبهذا تكون الدورة قد اجتهدت على جمع المعارف النظرية والتطبيقية، وذلك عبر مقاربة منهجية مستوحاة من أحدث النظريات العلمية في مجال الإعلام والاتصال.


البرنامج

اليوم الأول: 19-12-2011م

التوقيت	عنوان المحاضرة/ النشاط	المحاضرون
9.15-9.00	الافتتاح الرسمي.	
10.00-9.15	أخلاقيات العمل الإعلامي في المجال السياسي.	د. فائزة يخلف
10.45-10.00	تدريب المشاركات على ملاحظة حالات التجاوز المهني في العمل الإعلامي.	د. فائزة يخلف
11.00-10.45	استراحة.	
11.45-11.00	البعد المجتمعي للنوع الاجتماعي "الجندر" المفاهيم والدلالات السياسية والاجتماعية والثقافية.	أ. د. بلقاسم بن روان
12.30-11.45	مناقشة	
13.30-12.30	وجبة الغداء.	
14.15-13.30	الصورة في التلفزيون: الأبعاد-الاستخدام، التوظيف في النشاط السياسي.	د. فائزة يخلف
15.00-14.15	عمل تطبيقي: تدريب المشاركات على التقنيات السيميولوجية لقراءة الصورة.	د. فائزة يخلف
15.45-15.00	الرأي العام والتسيير السياسي والإعلامي للأزمة.	أ. د. بلقاسم بن روان
16.30-15.45	مناقشة: مع التركيز على التغطية الإعلامية للفضائيات العربية للمشهد السياسي "حالة الأزمة"	

اليوم الثاني: 20-12-2011م

التوقيت	عنوان المحاضرة/ النشاط	المحاضرون
9.30-9.00	الأمن الإنساني للمرأة "في المجال السياسي".	أ. د. بلقاسم بن روان
10.00-9.30	مناقشة	
10.30 - 10.15	استراحة	
11.00-10.30	الإخراج التلفزيوني: "الحصص السياسية نموذجًا".	د. عمار بوسعدة
12.30-11.00	كيفية إعداد حصة تلفزيونية في المجال السياسي. توزيع المتدربات إلى خمس مجموعات عمل "تحضير مشروع حصة تلفزيونية عن المشاركة السياسية للمرأة في الهيئات الانتخابية".	د. عمار بوسعدة
13.00-12.30	وجبة الغداء	
14.30-13.30	منهجية التعامل مع المعلومة السياسية "من الحاجة إلى الاستخدام".	د. سالم عطية الحاج
15.15-14.30	تمرينات تطبيقية.	د. سالم عطية الحاج
16.00-15.15	التوظيف السياسي والإعلامي للإنترنت في العمل التلفزيوني.	د. سالم عطية الحاج
17.00-16.00	تمرينات تطبيقية: "كيفيات وطرق البحث عن المعلومة في الشبكة ومجالات البحث والتحليل والاستخدام".	د. سالم عطية الحاج

اليوم الثالث: 21-12-2011م

التوقيت	عنوان المحاضرة/ النشاط	المحاضرون
9.15-8.30	فنيات التحرير: الكتابة للتلفزيون نموذجًا	أ.عمار عبد الرحمان
10.15-9.15	عمل تطبيقي: تدريب المشاركات على أسس وفنيات التحرير حسب الأنواع الصحفية.	أ.عمار عبد الرحمان
10.30-10.15	استراحة	
11.00-10.30	منهجيات التحليل السياسي في الإعلام المرئي "التلفزيون" حسب الأنواع الصحفية.	د. فائزة يخلف
12.00-11.00	تمرينات عن: الأنواع الإخبارية، أنواع الرأي، الأنواع الاستقصائية، الأنواع الإبداعية + نموذج "قراءة الصورة السياسية".	د. عمار بوسعدة
13.00-12.00	ورشة عمل: تقديم المشاركات لـ "مشروع حصة" عن المشاركة السياسية للمرأة في الهيئات المنتخبة.	د. عمار بوسعدة
14.00-13.00	الحصص السياسية في التلفزيون:"من التصور إلى الإنجاز". وفقًا لمنهجية تسيير المشاريع.	د. سالم عطية الحاج
15.30-14.30	وجبة الغداء.	
17.00-15.30	زيارة ميدانية للتلفزيون الجزائري.	

اليوم الرابع: 22-12-2011م

التوقيت	عنوان المحاضرة/ النشاط	المحاضرون
9.30-8.30	عمل تطبيقي: تلقين المتدربات آليات التصور والتحضير لمشروع حصة تلفزيونية "وفقًا لمنهجية تسيير المشاريع".	د. سالم عطية الحاج
10.00-9.30	تقنيات التنشيط التلفزيوني.	د. عمار بوسعدة أ. عمار عبد الرحمان
10.15-10.00	استراحة.	
11.00-10.45	عمل تطبيقي باستخدام "ستديو تلفزيوني متنقل".	د. عمار بوسعدة أ. عمار عبد الرحمان
11.30-11.00	إنجاز نشرة إخبارية " التلفزيون نموذجًا".	د. عمار بوسعدة أ. عمار عبد الرحمان
12.30-11.30	عمل تطبيقي باستخدام ستديو تلفزيوني متنقل.	د. عمار بوسعدة
14.00-12.30	ورشة عمل: تقييم الدورة "صياغة وقراءة" التوصيات.	أ. د. بلقاسم بن روان
14.30-14.00	اختتام أشغال الدورة.	

الإعلاميات المشاركات في الدورة

مسلسل	الدولة	الاسم	الوظيفة
1	الأردن	دانا أيوب سمعان	مشاركة في الإعداد ومقدمة البرنامج الصباحي: دنيا يا دنيا.
2		إيلين يوسف سليمان انوتجع	معدة ومقدمة تقارير ميدانية للبرنامج الصباحي: دنيا يا دنيا.
3	البحرين	هدى سلمان	مديرة إدارة العلاقات العامة والإعلام بالمجلس الأعلى للمرأة.
4		سماح علام	عضو مجلس إدارة جمعية الصحفيين ومعدة برامج تليفزيونية.
5	الجزائر	جميلة موفق	صحفية بالتلفزيون الجزائري.
6		صبرينة سالم	صحفية بالتلفزيون الجزائري.
7	السودان	هالة محمد عثمان محمد	معدة ومقدمة برامج تلفزيونية.
8		سلافة عبد الله محمد	إدارة الإعلام والعلاقات العامة.
9	العراق	زينب قاسم مهدي الدباغ	مذيعة أخبار سياسية، مقدمة برامج.
10		أنوار عبد الستار سلمان	إعلامية- قناة آفاق الفضائية، مذيعة أخبار.
11		سهير إحسان عبد المنعم	قناة بغداد الفضائية. مراسل، معد ومقدم برامج، مدرب في مجال الظهور الإعلامي، ممثل القناة في مجال حقوق الإنسان.
12		نهلة مولود عبد الرحمن	مخرجة في شبكة الإعلام العراقي. وقناة الرشيد الفضائية.

مسلسل	الدولة	الاسم	الوظيفة
13	عمان	أمل بنت خلفان بن محمد الكثيري	مخرجة تلفزيونية، الهيئة العامة الإذاعة والتلفزيون.
14		ندى عبد الله البلوشي	معدة ومقدمة برامج تلفزيونية.
15	فلسطين	آمال حسن مرار	مراسلة إخبارية.
16		فادية سالم صلاح الدين	معدة برنامج- تلفزيون القدس التربوي.
17	لبنان	رنا بطرس الخوند	صحفية.
18		سوسن إبراهيم صفا	مقدمة برامج سياسية ومذيع في تلفزيون NBN.
19	المغرب	زينة أيت لمين	صحفية.
20		مليكة مهني	صحفية.
21	موريتانيا	رقية الليلي مقداد	رئيسة قسم الترجمة بالتلفزة الموريتانية.
22		فاطمة سيخنا عيسات	صحفية بالتلفزة الموريتانية.
23	اليمن	إفهام إبراهيم عبده علي	نائب مدير عام البرامج لشئون المرأة والطفل، قناة عدن الفضائية.
24		انتصار عبد الجليل ناجي	مذيعة باللغة الفرنسية في قناة عدن الفضائية، مراسلة ميدانية ومعدة برامج.

فريق المدربين:

أ.د. بلقاسم بن روان	مشرف على إعداد المحتوى التدريبي وتسيير أعمال الدورة التدريبية. أستاذ التعليم العالي - جامعة الجزائر كلية العلوم السياسية والإعلام.
د. فائزة تخلف	أستاذة محاضرة – جامعة الجزائر – كلية العلوم السياسية والإعلام.
د. عمار بوسعدة	أستاذ محاضر وإعلامي ومدرب في التطوير الإعلامي.
د. سالم عطية الحاج	أستاذ محاضر - جامعة الجزائر كلية العلوم السياسية والإعلام.
أ. عمار عبد الرحمان	أستاذ بكلية العلوم السياسية والإعلام – جامعة الجزائر، كاتب وإعلامي ومشرف على حصص إذاعية.



الكلمات الافتتاحية للدورة التدريبية

كلمة افتتاح
السيدة الوزيرة المنتدبة المكلفة بالأسرة وقضايا المرأة
السيدة نوارة سعدية جعفر

بسم الله والصلاة والسلام على رسول الله ﷺ.

سعادة الدكتورة ودودة بدران، المديرة العامة لمنظمة المرأة العربية،

السادة الحضور،

السلام عليكم وأسعد الله صباحكم.

في البداية أرحب بسعادة المديرة العامة لمنظمة المرأة العربية الأستاذة الدكتورة ودوده بدران، متمنية لها إقامة طيبة بيننا، مثمنة روح التعاون والتنسيق الدائمين بيننا، كما أرحب بالسيدات الإعلاميات المشاركات في هذه الدورة التدريبية من البلدان العربية الشقيقة، وبالسادة الحضور من أساتذة وخبراء وأسرة إعلامية.

تتشرف الجزائر باستضافة فاعلية هذا النشاط العربي المتميز، تجسيدًا لروح التعاون والتنسيق بين الدول الأعضاء في منظمة المرأة العربية، وتنفيذًا للإستراتيجية الإعلامية للمرأة العربية التي دخلت حيز التطبيق سنة 2010م.

وقد تم ربط المحتوى التدريبي بالمجال السياسي نظرًا للأهمية القصوى التي يكتسبها، وتقديرًا لأهمية التحديات والرهانات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تواجه بلداننا. وانطلاقًا من الدور المنوط بوسائل الإعلام -وخاصة التلفزيون، الذي يعد وسيلة مثلى لمواجهة تلك التحديات- جاءت هذه الدورة "مهارات البحث والإعداد والتحليل الإعلامي التلفزيوني في مجال "السياسة" كنشاط نوعي متخصص يعكس الأهمية القصوى التي توليها المنظمة لمثل هذه الأنشطة بعد الطفرة النوعية التي عرفتها تكنولوجيات الاتصال الحديثة واستخداماتها في مختلف أوجه الحياة.

لقد تبنت منظمة المرأة العربية منذ تأسيسها 2003م إستراتيجية للنهوض بالمرأة العربية وتعزيز دورها في الحياة العامة بالرفع من مستوى مشاركتها في المجالات المختلفة الاجتماعية، والثقافية، والاقتصادية، والسياسية، والإعلامية.

وقد خلصت المنظمة من خلال ما تم إنجازه في مجال معرفة واقع المرأة العربية وما تم تحقيقه على صعيد النهوض بحقوقها لتعزيز مكانتها، إلى ضرورة بلورة رسالة إعلامية تهتم بالتدريب والتأهيل بهدف تغيير الصور النمطية التي لازالت تحملها الرسائل الإعلامية العربية عن المرأة؛ فعلى الرغم من البروز الإعلامي للمرأة العربية خلال العشرية الأخيرة، فإن قضايا المرأة ظلت مغيبة بشكل كبير من التناول الإعلامي، الأمر الذي أدى باستمرار إلى حجب قدراتها وكفاءتها، خاصة فيما يتعلق بالمشاركة السياسية؛ فهي، على تواضعها، لم تلق الاهتمام الكافي من طرف وسائل الإعلام العربية مع العلم أنها -أي المشاركة السياسية- تعد مؤشرًا بارزًا في تحديد مدى ديمقراطية الحياة المجتمعية؛ إذ لا يمكن أن نتحدث عن مجتمع ديمقراطي في ظل تغييب نصف المجتمع.

إن فجوة النوع الاجتماعي في هذا المجال عميقة، فمشاركة المرأة في البرلمانات العربية لا تزيد عن (10%) بالرغم من الخطوات المتقدمة التي سجلتها بعض البلدان العربية في هذا المجال بتبنيها لنظام الحصص؛ مما أدى إلى تحسين موقعها على مستوى الهيئات التشريعية؛ ففي الجزائر صادق البرلمان نهاية سنة 2011م على قانون عضوي يحدد كيفيات توسيع تمثيل المرأة في المجالس المنتخبة، يتضمن تخصيص (كوتا) للنساء بالاعتماد على مبدأ تدرج نسبة ترشيح المرأة في المجالس المنتخبة، والتي تتراوح من (20%) إلى (50%) طبقًا لعدد المقاعد في 48 ولاية (محافظة) مع رفض القوائم الانتخابية التي تخالف هذا المبدأ. وتشير المادة الثالثة من القانون العضوي إلى أن توزيع المقاعد بين القوائم يتم حسب عدد الأصوات التي تحصلت عليها كل قائمة، وتخصيص النسب المحددة المشار إليها أعلاه وجوبًا للمرشحات حسب ترتيب أسمائهن في القوائم الفائزة.

وفي إطار الإصلاحات السياسية التي بادرت بها الجزائر، يتضمن القانون العضوي الجديد المتعلق بالأحزاب السياسية أحكامًا تلزم الأحزاب السياسية بتخصيص (كوتا) للنساء في هياكلها الداخلية.

إن إطلاعي على برنامج الدورة مكنني من الوقوف على مدى تغطيته للمحتوى الحقيقي لعنوان الدورة، ومدى تركيزه على الأبعاد التطبيقية في جانبها الاحترافي، التي تعزز مهارات المتدربات في مجال عملهن، وربط هذه المعارف بالمجال السياسي، وفي نفس الوقت ضم البرنامج موضوعات لها علاقة بالتوعية على مفهوم النوع الاجتماعي ومفهوم الأمن الإنساني للمرأة.

السيدات الفضليات إن القطاع السمعي البصري الذي يشهد تغيرات وتحولات سريعة يتطلب من المنتسبين لهذا القطاع التحكم في تكنولوجيات الإعلام والاتصال، وتوظيفها في تحسين أدائهم المهني بحثًا واستخدامًا وتحليلًا؛ لتمكينهم من فهم الظواهر السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي نمر بها كبلدان وهيئات وجماعات وأفراد.

أيها الجمع الطيب الكريم في ختام كلمتي أتوجه بالشكر الجزيل لسعادة المديرة العامة لمنظمة المرأة العربية متمنية لها التوفيق ودوام الصحة والعافية، وأتمنى كذلك للمتدربات مقامًا طيبًا بيننا، في بلدكم الجزائر وفائدةً بيِّنةً في هذه الدورة، كما أثني مسبقًا على المجهودات التي سيقوم بها السادة الأساتذة والخبراء، وأتمنى لفاعليات دورتكم السداد والنجاح.

أعلن عن افتتاح الدورة

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته.

كلمة السيدة المديرة العامة لمنظمة المرأة العربية

السيدة ودودة بدران

معالي الوزيرة نوارة سعدية جعفر، الوزيرة المنتدبة المكلفة بالأسرة وقضايا المرأة، عضو المجلس التنفيذي لمنظمة المرأة العربية،

الأستاذ الدكتور بلقاسم بن روان، أستاذ التعليم العالي في علوم الإعلام والاتصال،

الحضور الكريم،

أتشرف بلقائكم في رحاب الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية الشقيقة، وفي افتتاح هذه الدورة التدريبية التي تعتز المنظمة بتنظيمها للعام الثالث على التوالي في إطار تفعيل أحد مشروعاتها المستمرة، ألا وهو برنامج الاحتراف الإعلامي.

واسمحوا لي في البداية أن أتوجه بخالص الشكر والتقدير لمعالي الوزيرة نوارة سعدية جعفر، عضو المجلس التنفيذي لمنظمة المرأة العربية على ما تبذله من جهود دائمة في خدمة المرأة الجزائرية والمرأة العربية، وعلى تعاونها النشط والمثمر دومًا مع المنظمة. كما أتوجه بخالص الشكر والتقدير للأستاذ الدكتور بلقاسم بن روان وفريق التدريب المتميز: الدكتورة فائزة يخلف، والدكتور عمار بوسعدة، والأستاذ عمار عبد الرحمان، والدكتور سالم عطية الحاج، الذين سنفيد بعلمهم وخبراتهم في هذه الدورة التي آمل أن تحقق أهدافها في صقل مهارات البحث والإعداد والتحليل الإعلامي وتعزيزها لدى هذه الكوكبة من الإعلاميات العربيات التي تشارك معنا في الدورة.

السيدات والسادة،

بدأ اهتمام منظمة المرأة العربية بدور الإعلام في دعم قضية نهوض المرأة منذ مطلع عملها، حيث تبنت برنامجًا باسم "الإعلام ودعم المرأة" قامت أهدافه على بحث كيفية تعزيز دور الإعلام في خدمة قضايا المرأة بوجه عام، بما فيها المرأة الإعلامية ذاتها. وقد شهد هذا البرنامج أنشطة مختلفة، حتى تبلورت من داخله فكرة وضع إستراتيجية إعلامية للمرأة العربية تكون بمنزلة وثيقة مرجعية لسائر الجهود العربية الرامية إلى تفعيل الدور الإعلامي من أجل المرأة. وجاء وضع الإستراتيجية الإعلامية للمرأة العربية استجابة لدعوات عربية رسمية، منها ما انتهى إليه منتدى

المرأة العربية والإعلام، الذي عقد في أبو ظبي عام 2002م وكان أحد ثمانية منتديات عقدت فيما بين عامي 2001م و2005م من أجل مناقشة القضايا الكبرى التي تهم المرأة العربية.

وقد تفضلت سمو الشيخة فاطمة بنت مبارك (أم الإمارات)، رئيسة المنظمة في دورتها الثالثة 2007-2009م، برعاية مشروع وضع الإستراتيجية التي قام على صياغتها مجموعة من الخبراء العرب في مجال الإعلام، فضلًا عن إعلاميين من مختلف الدول العربية. وقامت سموها بإطلاقها في افتتاح المؤتمر العام الثاني للمنظمة الذي عقد في أبو ظبي في الفترة 11-13 نوفمبر/ تشرين الثاني 2008م.

حملت الإستراتيجية الإعلامية للمرأة العربية ثلاثة أهداف إستراتيجية، كان أحدها هو: "بناء القدرات الفكرية والمهنية للإعلاميين والإعلاميات وتعزيزها بما يمكنهم من التفاعل الإيجابي مع قضايا المرأة". وتفعيلًا لهذا الهدف تضمنت الإستراتيجية مقترحًا لمشروع كبير يحمل عنوان: "برنامج الاحتراف الإعلامي".

يتكون برنامج الاحتراف الإعلامي من مجموعة من الدورات التدريبية رفيعة المستوى تستهدف الإعلاميين بوجه عام والإعلاميات بوجه خاص؛ لمساعدتهم على التعامل الإبداعي والرصين مع العمل الإعلامي، خاصة العمل الإعلامي المتعلق بشئون المرأة. تتناول دورات هذا البرنامج موضوعات مثل: فنون الكتابة للإذاعة والتليفزيون، ومهارات البحث والتحليل الإعلاميين، والقيم المهنية والأخلاقية للعمل الإعلامي، وفنون الكتابة الصحفية، وتقنيات كتابة الخبر ومضمونه، والإعلام الجديد، وإنتاج الوسائط المتعددة، وفنون تصميم الجرافيك، وبناء مواقع الإنترنت، والتصوير التلفزيوني، ومونتاج الفيديو، والحملات الإعلامية.

ومنذ إطلاق الإستراتيجية الإعلامية للمرأة العربية آلت منظمة المرأة العربية على نفسها اتخاذ زمام المبادرة في تفعيلها عبر تنفيذ برنامج الاحتراف الإعلامي الذي تقوم في إطاره بتنظيم دورة تدريبية سنويًا في موضوع بعينه.

وقد عُقدت الدورة التدريبية الأولى للإعلاميين العرب في تونس في الفترة من 10-2009/11/13م، حيث نظمتها المنظمة بالتعاون مع مكتب اليونسكو الإقليمي ببيروت ووزارة شئون المرأة والأسرة والطفولة والمسنين بالجمهورية التونسية، ودار موضوعها حول "فنون الكتابة للإذاعة والتليفزيون"، وحضرها مشاركان من كل دولة عضو أحدهما من الإذاعة والآخر من التليفزيون. وعقدت الدورة الثانية في تونس أيضًا في الفترة 11/29-2010/12/2م، ودار موضوعها حول "مهارات البحث والتحليل الإعلامي التليفزيوني"، واستهدفت الإعلاميات العربيات من مجال الإعلام المرئي، وحضرتها اثنتان من الإعلاميات من كل دولة عضو.

في هذا السياق تجيء الدورة الثالثة التي يجمعنا افتتاحها اليوم، والتي تتخصص في موضوع "مهارات البحث والإعداد والتحليل الإعلامي في مجال السياسة"، وتوجه أيضًا للإعلاميات العربيات بواقع إعلاميتين اثنتين من كل دولة عضو.

والحقيقة إننا نعول كثيرًا على دور الإعلام في صنع التغيير الإيجابي في العالم العربي. وحيث إننا نعيش عصرًا من التحولات السياسية الكبيرة في المنطقة؛ فإننا نتطلع لدور إعلامي إصلاحي ومؤثر يعمل على ترشيد التغيير وتمهيد سبله عبر التوعية السليمة، والإخبار الشامل، والتوجهات المتوازنة، والتغطية المنصفة؛ فليس أقوى من الإعلام أثرًا في تشكيل توجهات الرأي وبناء الأفكار. ونحن ننظر لقضية المرأة ليس بوصفها قضية فئوية منفصلة، بل بوصفها إحدى أهم القضايا الأساسية للأمة العربية، والتي تتصل اتصالًا حيويًّا أصيلًا بجميع قضايا المجتمع السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية؛ ونؤمن من ثمّ بأن العمل في سبيل قضية المرأة هو عمل إصلاحي بامتياز.

وإننا لنعتز بالدورات التدريبية الموجهة للإعلاميين اعتزازًا كبيرًا، ونأمل أن تُفيد المشاركات منها، وأن يكنّ بدورهن جسورًا لتطبيق معارفهن ونشرها داخل دوائرهن الإعلامية الوطنية. وإنه ليسعدنا أن تركز الدورة على الإعلاميات العربيات اللائي نرى أنهن الأقدر على التعبير عن هموم المرأة العربية ومشكلاتها، وأنهن كذلك الأقدر على إظهار صوتها وحضورها في مختلف المجالات لكونهن في الأساس يمثلن في ذواتهن هذه المرأة العربية التي تحمل في نفسها هموم الأوطان وتطلعاتها.

وختامًا، كل الشكر للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية الشقيقة، ولمعالي الوزيرة نوارة سعدية جعفر، وللدكتور بلقاسم بن روان، وجميع أفراد طاقم التدريب. واسمحوا لي أن أشكر فريق عمل الإدارة العامة، الذي عمل على التحضير والتنسيق لهذه الدورة. وكل الشكر للمشاركات الكريمات. وشكرًا على حسن الاستماع.

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته

كلمة المعد والمشرف على المحتوى التدريبي للدورة
الأستاذ الدكتور بلقاسم بن روان

معالي الوزيرة المنتدبة المكلفة بالأسرة وقضايا المرأة،
سعادة المديرة العامة لمنظمة المرأة العربية،
السيدات الإعلاميات المشاركات في هذه الدورة التدريبية حول مهارات البحث والإعداد والتحليل الإعلامي التلفزيوني في مجال السياسة،

السلام عليكم ورحمه الله تعالى وبركاته.

في البداية لابد لي من التوجه إلى معالي الوزيرة بالشكر والثناء الخالص على الثقة التي وضعتها في شخصي للقيام بإعداد المحتوى التدريبي لهذا النشاط العربي المميز. والشكر موصول كذلك لسعادة المديرة العامة لمنظمة المرأة العربية، التي تقاسمت معي كل أعباء التحضير لهذا النشاط التكويني، وهذا بتوفير شروط عقده وتنظيمه في أحسن الظروف. هذا البرنامج التدريبي جاء كتجسيد ميداني لتنفيذ أحد مشروعات الإستراتيجية الإعلامية العربية التي أعدتها منظمة المرأة العربية، والمتمثلة في عقد إحدى دوراتها التدريبية المدرجة في برنامج الاحتراف الإعلامي بالجزائر في الفترة من 19-22 ديسمبر/ كانون الأول2011م.

هذا البرنامج التدريبي -الذي يهدف بالأساس لتعزيز القدرات المهنية والاحترافية لدى الإعلاميات العربيات وتقويتها- جاء في ثلاثة محاور أساسية: محور غطى الجوانب المتعلقة بالأمن الإنساني للمرأة إضافة إلى التكوين على النوع الاجتماعي، ومحور غطى بعض المفاهيم الأساسية المتعلقة بمجال الإعلام والاتصال في القطاع السمعي البصري في المجال السياسي، أما المحور الثالث والأخير فكان بمثابة تطبيق عملي تدريبي في مجال تخصص الإعلاميات العربيات في القطاع السمعي البصري في المجال السياسي.

معالي الوزيرة،
سعادة المديرة العامة لمنظمة المرأة العربية،

أتمنى أن يستجيب المحتوى التدريبي للأهداف المتوقعة من تنظيم هذا النشاط والتوفيق كل التوفيق للمشاركات في هذه الدورة.

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته.

فاعليات الدورة

المداخلة الأولى

أخلاقيات العمل الإعلامي في المجال السياسي

- التلفزيون نموذجًا -

د. فائزة تخلف

مقدمة:

إن العلاقة بين المنظومة الإعلامية التلفزيونية ومنظومة القيم الأخلاقية علاقة متداخلة على اعتبار أن التلفزيون وسيلة ناقلة لأنماط التفكير والمعرفة والقيم ؛ وهو ما يعطيه سلطة في إدارة المجتمع وتوجيهه في الأنظمة الديمقراطية.

إن الإعلام التلفزيوني الذي ارتبط بالمرحلة التنويرية في حياة البشرية قد أضحى عاملًا أساسيًّا في بناء العلاقات الدولية والعلاقات الاجتماعية؛ إذ لم يعد ممكنًا -نظريًّا- تصور مجتمع ما دون ذلك الوسيط الإعلامي الجماهيري الكثيف؛ ولذلك فإنه بالقدر الذي أضحى فيه التلفزيون محوريًّا في شبكة التواصل الإنساني، فقد أضحى في الوقت ذاته مسئولًا دائم الحضور، معبرًا عن إمكانية أن يصبح هذا العامل سببًا في الاستقرار والسلم، إلى جانب أن يتحول، أو بشكل أدق أن يوظف، كوسيلة مباشرة وفعالة لإثارة النزاعات والحروب وعدم الاستقرار. وإذا كان موضوع القيم والمعايير التي يجب أن يستند إليها العمل التلفزيوني هي السؤال دائم الحضور، فإن واقع الحال يقودنا إلى الاعتراف بأن القوانين هي انعكاس لآليات السياسة، وأن التكنولوجيا هي مرآة الإيديولوجيا، وأن التلفزيونات الحكومية الرسمية العربية لا يمكن أن تخضع إلا لما تسنه الأنظمة من قوانين ولوائح، فإلى أي مدى يمكننا الحديث عن أخلاقيات العمل التلفزيوني في ظل تراجع مسئولية الأداء الإعلامي في هذه الوسيلة؟

1- أخلاقيات العمل التلفزيوني في العالم العربي بين ضوابط القانون وواقع المهنة:

إن الاهتمام بما يبثه التلفزيون يختلف عما يعرض في قاعة السينما، فالناس يذهبون لمشاهدة الفيلم السينمائي، بينما تأتي برامج التلفزيون إلى بيوت الناس؛ لذا يطالَب التلفزيون بمراعاة ظروف الضيافة.

إن التلفزيون في الدول العربية ظل في يد الدولة منذ نشأته إلى غاية نهاية الثمانينيات. ومازالت بعض الدول العربية محتفظة بملكية قناتها أو قنواتها التلفزيونية، ولم تعش الانفتاح الذي عرفته "سوق المشاهدة التلفزيونية المحلية" والتنافس الشديد بين القنوات التلفزيونية العابرة للقارات؛ مما غرس صورة ذهنية عن ماهية التلفزيون، بدليل أن الكثير من الكتاب، بمن فيهم بعض المختصين يتحدثون عن القنوات التلفزيونية العربية الخاصة متناسين أنها قنوات تجارية، بل إنهم يطالبونها بالقيام بما عجزت القنوات التلفزيونية العمومية العربية عن القيام به لأسباب متعددة. ولعل السبب الرئيس الذي يمكن أن نقف عنده هو حالة الانشطار التي أصبحت تميز الإعلام العربي، وفرضت نموذجين

من الإعلام: الأول هو الإعلام الرسمي المعبر عن سياسات الحكومات ومصالحها المختلفة، وهو الإعلام الأقوى من حيث الوسائل والإمكانات، والإعلام الآخر هو الإعلام الشعبي، الذي تنهض به الأحزاب ومنظمات المجتمع المدني وقوى المعارضة، وهو الإعلام الأضعف ماديًّا وتقنيًّا، على الرغم من أنه في مساحات عديدة من الوطن العربي هو الأقوى تأثيرًا في المجتمع. حتى تلك النماذج الإعلامية التي برزت عبر توظيف تقنية البث الفضائي كشبكات إخبارية تلفزيونية، وحققت نجاحات مهنية كبيرة، هي في الواقع ليست بعيدة عن القيود الرسمية، أو حتى الضغوط السياسية للممولين لضمان عدم خروجها عن الخطوط المحددة لأنشطتها، فنراها في الوقت الذي تحاول فيه إبراز حياديتها وموضوعيتها لأسباب عديدة تضحي بكل ذلك تنفيذًا لبرامج سياسية مسبقة واستحقاقات ذات طبيعة سيادية[1].

إن المأزق الحقيقي لوسائل الإعلام المرئية – السمعية العربية، في الوقت الذي تطورت فيه القدرات التقنية وتنوعت، واتسعت عوامل التأثير المتبادل بين المرسل والمتلقي، هو أن تلك الوسائل عادت تخسر يومًا بعد آخر مصداقيتها ودورها، ولم تحافظ على وهج الدور الذي رُسم لها في بداية تأسيسها وتطورها[2]. وليس من المبالغة أن نقول إن الإعلام التلفزيوني العربي – شأنه في ذلك شأن المؤسسات الإستراتيجية الأخرى- قد تم تسييسه والمساومة على حريته، وهكذا وجدنا الساسة يبذلون قصارى جهدهم لاختراق هذه الكيانات المهنية بتوجيهها وتحديد أولوياتها المهنية؛ وبسبب هذه التأثيرات الخفية أضحت القوانين واللوائح المنظمة للعمل التلفزيوني العربي عاجزة عن العمل وفقًا لما تقره أخلاقيات المهنة؛ الأمر الذي كشف عن وجود خلل في اللوائح والقوانين المقترحة؛ لأنها لم تصغ صياغة تستهدف تحقيق مصالح الجميع، وإنما جيء بها لفرض الحكم والسيطرة على التلفزيون والقائمين على أمره[3].

إن هذه اللامعيارية في إعمال القوانين وتعطيلها قد خلقت فجوة بين النظرية والتطبيق في بعض الدول العربية، في حين ظل التلفزيون في دول أخرى يعمل في ظل فراغ قانوني وتشريعي غير مسبوق[4]، وهو ما يؤكد هشاشة السياسات الاتصالية لهذه الدول وغموض تشريعاتها الإعلامية[5].

(1) إبراهيم الداقوقي: حرية الإعلام، مجلة الثقافة، بغداد، العدد الخامس، السنة السادسة، مايو/أيار 1996م، ص 12.

(2) François Henri DeVirieu: La médiacratie, Paris ; Edition Flammarion, 2004, P.65.

(3) Jean Gimpel: Ethique de l'information, Paris: Edition Dunod, 2004, P.53.

(4) Ibid, P.55.

(5) أسامة الخولي وآخرون: العرب والإعلام، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية 2007م، (سلسلة كتب المستقبل العربي) ص 44.

ومن متابعة ما يصدر من تقارير - سواء عن المنظمات المعنية بالحريات الصحافية الدولية، أو التقارير المختصة بالتنمية البشرية والإنسانية- فإنه يمكن ملاحظة الهوة التي تفصل بين مضامين مشروعات القوانين التي تنظم العمل التلفزيوني في الدول العربية وبين واقع المهنة الذي يؤكد الامتداد السلطوي لوسائل الإعلام[6]. وعبر سياسة صياغة مشروعات القوانين[7] يمكن الإقرار بأن هذه الظاهرة ليست مقصورة على دولة عربية دون أخرى. وعلى الرغم من اتساع دائرة التواصل العربي عبر استحداث المزيد من حزم القنوات الفضائية الموجهة إلى المواطن العربي، فإنه لا يوجد هناك اتفاق حول صياغة قانون ينظم العمل التلفزيوني، وكانت مصر في عهد حسني مبارك والسعودية قد بادرتا بتقديم وثيقة "تنظيم البث الفضائي في المنطقة العربية" لوزراء الخارجية العرب، ولكن إقرار الوثيقة قد تعثر بعدما رفضتها دول مثل: لبنان، وقطر، والإمارات، وليبيا، والبحرين في اجتماع وزراء الإعلام العرب[8]. وقد ترتب على هذا الوضع أن سلمت السلطات العمومية العربية القنوات التلفزيونية إلى السوق من دون تأطير قانوني مناسب، وأصبحت لا تتدخل في شأنها إلا إذا اخترقت الخطوط الحمراء المرسومة لها في المجال السياسي.

وهكذا نشأت رؤى قانونية مختلفة بعضها يرتبط بأخلاقيات مهنة التلفزيون التي أقرتها المواثيق الدولية[9]، والبعض الآخر يسير في اتجاه تكريس حماية المجال السياسي.

2- **أخلاقيات العمل التلفزيوني من منظور النظام الإعلامي الدولي**:

أ- الصدق:

إن الصدق هو الدافع لأدبيات التعامل مع المادة الإعلامية؛ فالحقيقة هي المحرك للإعلامي، وهي المحدد الأساسي لدقة الخطاب الإعلامي وواقعيته. ولأن الحقائق ليست دومًا في متناول من يريدها؛ فلابد من الوصول إلى مصدرها بشتى الطرق وفي ذلك جهد ومشقة.

(6) نفس المرجع السابق ص 46.

(7) Jean Claude Javeau: La notion de liberté dans les médias, Paris: Edition Dunod, 2004, P. 97.

(8) نفس المرجع السابق، ص 99.

(9) Claude Maillon: Vers une éthique globale, Paris, édition Gallimard, 2007, P.81.

ب- احترام الكرامة الإنسانية:

إن احترام الكرامة الإنسانية يقتضي عرض الأخبار والصور بما لا يمس هذه الكرامة جماعية كانت (فئة أو ثقافة أو دين)، أو فردية (مثل عرض صورة شخص دون إذنه). إن هذا يقتضي استعمال وسائل قانونية سليمة للحصول على المعلومات، بحيث لا يجوز استعمال أساليب الخداع أو التوريط أو الابتزاز أو التلاعب بالأشخاص (مثل التسجيل أو التصوير غير القانوني).

ج- النزاهة:

وهي تعني تقديم الخبر والصور بنوع من الحياد وتجنب الخلط بين الأمور، مثل الخلط بين الخبر والتعليق أو الإشهار، وبين الصالح العام والصالح الخاص (الاعتبارات الذاتية). كما أنها تعني التجرد من الهوى، والاستقلالية في العمل، وعدم الخضوع لأي تأثير أو رقابة داخلية كانت (المؤسسة) أم خارجية (الجمهور)، كذلك عدم الخضوع للضغوط السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الثقافية بجميع أشكالها.

د- المسؤولية:

يجب على الإعلامي أن يتحمل مسئولية صحة أخباره، بمعنى أنه لا يجوز نقل أي خبر دون التحقق منه والتحري بشأنه، كما يجب التزام الدقة في معالجته والحذر في نشره.

هـ- العدالة:

1- إن المواطنين متساوون في الحقوق والواجبات، كما أنهم متساوون أمام وسائل الإعلام؛ ومن هنا تأتي ضرورة الحرص على أن لا تكون هذه الوسائل تعبيرًا عن فئة أو ثقافة أو جهة دون أخرى.

2- العدالة تقتضي توخي الحكمة في عرض الأخبار والصور، والابتعاد ما أمكن عن أساليب المبالغة والتهويل والإثارة الرخيصة[10].

3- إشكالية تدني المسؤلية المهنية وضعف المردود الاحترافي.

(10) Jean larguier: Droit pénal spécial, 2ème Edition, Paris, Dalloz, 2000, P.56.

إذا كان مالتوس -صاحب الفكرة الرائدة القائلة بالتناقض القائم بين زيادة السكان في العالم والنقص المفترض للغذاء وفرص البقاء- وجد صدى لمقولاته لدى علماء الاجتماع والاقتصاد، ومازالت افتراضات تلك النظرية تناقش اليوم من زوايا عديدة، فإن مالتوسية أخرى تفرض وجودها في الإعلام العربي، إذ أدى الاستثمار الواسع في بناء المؤسسات الإعلامية -في ظل غياب الرقابة- إلى تناقص المسئولية الأخلاقية وتعرضها لاختلالات كبيرة في صدقية دورها، والتفسير الوحيد المقبول لذلك هو انفراط عقد المسئولية المهنية لصالح الإملاءات السياسية وما تقتضيه من شروط لعل أهمها ما يلي:

1- احترام الحياة الخاصة:

أثارت إشكالية حماية الحياة الخاصة للشخصيات الشهيرة، وخاصة الشخصيات السياسية، جدلًا كبيرًا في أوساط الفقهاء والمشرعين؛ وهو ما أدى إلى انقسامهم إلى اتجاهين:

- الاتجاه الأول، يقر أن الشهرة تفقد صاحبها الحق في الخصوصية.

ينصب هذا الاتجاه بصفة أساسية على أهل الفن، فهؤلاء يسعون إلى الشهرة والانتشار، ولا يتحقق ذلك إلا عن طريق الإعلام؛ ولهذا يتطوعون بإعطاء معلومات عن حياتهم الخاصة حتى يكون بثها وسيلة لجذب انتباه الجمهور، وأسلوبًا لزيادة شهرتهم.

- الاتجاه الثاني، ويقر بتمتع الشخصية الشهيرة بالحق في الخصوصية.

وينطلق هذا الاتجاه من أن المصلحة العامة واعتبارات الأخلاق يقتضيان ويستجوبان تمتع الشخصية الشهيرة بالحق في الخصوصية كأي فرد تمامًا[11]، ولكن التمتع بالحياة الخاصة يكون من جهة في حدود الشروط القانونية للحماية، ومن جهة أخرى يقف الحق عند أعتاب المصلحة العامة[12].

ومع هذا يجب مراعاة أن الشخصيات العامة الشهيرة ورجال السياسة يتمتعون بالحق في الحياة الخاصة، ولا يجوز اعتبارها كتابًا مفتوحًا يحق للكافة أن تطلع عليه؛ فالشهرة لا تفقد صاحبها الحق في الخصوصية، والمصلحة العامة لا تستلزم الخوض في الحياة الخاصة بصفة مطلقة[13].

(11) صلاح الدين صدقي: أخلاقيات العمل الإعلامي، القاهرة، دار المعرفة، 2009م، ص 13.

(12) نفس المرجع ص 21.

(13) Michel Virionne: L'Ethique et l'information: Quel fondement pour quelle morale ? , Paris: Edition Gallimard, 2007, P.104.

وتجدر الإشارة إلى أن القضاء الفرنسي يرجح فكرة تغليب المصلحة العامة، حيث يرى أن كل ما يهم الجمهور معرفته يتصل بالمصلحة العامة.

2- جرائم نشر أخبار المحاكمات القضائية:

يلعب القضاء دورًا مهمًا في إمداد وسائل الإعلام - ومنها التلفزيون- بأخبار الجرائم والمحاكمات. وفي بعض الأحيان يقع الصدام بين وسائل الإعلام والقضاة بسبب رغبة وسائل الإعلام في إفشاء الأسرار وتقديم المعلومات عن أخبار المحاكمات ومداولاتها ونتائجها، والرغبة في تقديم خدمة إخبارية متكاملة وتحقيق السبق الصحفي. ومن جهة أخرى يحرص القضاة على توفير الحماية الكافية للمتقاضين، وضمان عدم تسريب معلومات يمكن أن تؤثر في سير العدالة وحياد القضاة، وعدم تعبئة الرأي العام ضد المتهمين قبل صدور الحكم النهائي، سواء بالبراءة أو بالإدانة؛ وذلك تحقيقًا لمبدأ أن المتهم بريء حتى تثبت إدانته[14]؛ فقد يترتب على نشر الأخبار والأنباء التي تتعلق بالجرائم ومرتكبيها والتعليق عليها – مثلما تابعه الرأي العام في محاكمة الرئيس المصري السابق – ضررًا بالغ الأهمية، سواء بالنسبة لأطراف الخصومة القضائية أو لحسن سير العدالة؛ مما يستوجب خلق نوع من التوازن بين حرية إعلام الجمهور بوصفها وجهًا لحرية الرأي، وبين حق أشخاص الخصومة القضائية والمجتمع في محاكمة عادلة محايدة بعيدة عن الأضواء.

3- جرائم القذف:

لقد عرَّف المُشرِّع الجزائري جريمة القذف في المادة رقم (296) من قانون العقوبات بأنها: "كل ادعاء بواقعة من شأنها المساس بشرف واعتبار الأشخاص أو الهيئات المدعى عليها بها أو إسنادها إليهم أو إلى تلك الهيئة، يعاتب على نشر هذا الادعاء أو ذلك الإسناد مباشرة أو بطريق إعادة النشر، حتى ولو تم ذلك على وجه التشكيك، أو إذا قصد به شخص أو هيئة دون ذكر الاسم ولكن كان من الممكن تحديدها من عبارات الحديث أو التهديد أو المنشورات أو الإعلانات موضوع الجريمة". وإذا كانت هذه العقوبات هي مواثيق إلزامية إجبارية لتحديد أطر العمل التلفزيوني، فإن ثمة أخلاقيات للمهنة تعد بمثابة ضوابط داخلية لقرارات المهني في مختلف المواقف والموضوعات التي يواجهها أثناء عمله[15].

(14) حسام الدين كامل الأهواني: أخلاقيات الإعلام، الدار المصرية اللبنانية، 2008م، ص 51.

(15) Michel Vironne: L'Ethique et l'information , op, cit, P.108.

إن مفهوم أخلاقيات المهنة الإعلامية يظهر كلما التزم الصحفي - سواء أكان مراسلًا أم مندوبًا أو حتى كاتبًا- بخطوات المهنة وضوابطها وحرفيتها، وبالسعي إلى معرفة الحقيقة ونشرها على الملأ لتكون فيها خدمة للجمهور، بعيدًا عن أية أغراض مصلحية أخرى[16]. وفي هذا السبيل تطرح المؤسسات الإعلامية الكبرى من وقت إلى آخر ما يطلق عليه "دليل الإرشاد الإعلامي" في محاولة منها لمساعدة الصحفيين على التعامل السليم مع أية عقبات أو إشكاليات تواجههم. ومن بين المبادئ التي يتضمنها الدليل وتخص الإعلام التلفزيوني نشير إلى ما يلي:

أ- الدقة أمر مقدس في جميع الأحوال.

ب- السعي دائمًا إلى توخي الحذر فيما يُبث من أخبار وتعاليق وصور، وعدم التحيز.

ج- الكشف دائمًا لرئيس التحرير أو المحرر المسئول عن أي تضارب في المصالح.

د- احترام المعلومات عند الاطلاع عليها بالصفة المهنية، وحماية مصادرها، وعدم كشفها للآخرين.

هـ- عدم الاختلاق أو الانتحال، وعدم دفع أموال لقاء خبر، وعدم قبول رشوة لتحريف الحقائق أو توجيهها لصالح طرف معين.

و- عدم إدخال أي تغيير على صورة تلفزيونية، عدا ما تقتضيه متطلبات تحسن الصورة العادية.

وإذا كانت هذه المبادئ ترتكز على أسس مهنية في المقام الأول، ولا تتطرق بشكل مباشر إلى نوعيات معتادة من القضايا ذات البعد الأخلاقي يواجهها الإعلامي من وقت إلى آخر؛ فلا بد من التنويه إلى أن تطبيق هذه المبادئ رهين بطبيعة النظام السياسي والعلاقة التي تربط الصحفي بالسلطة[17].

تختلف العلاقة بين الصحفي والحاكم من مجتمع إلى آخر. وقد يبرز الاختلاف بين المجتمعات النامية والمجتمعات المتقدمة في هذا الموضوع. ففي المجتمعات النامية - وتحديدًا في وطننا العربي- تبقى إشكالية تسلط الحاكم على الصحفي عقبة كبيرة تؤثر في نوعية القصة الخبرية ومدى فائدتها للناس جميعًا، وتتحول في معظم الأحيان إلى دعاية للحاكم. هذا إلى جانب الضغوط المتمثلة في الحبس وإغراءات المال والسفر. وسبيل الإعلامي هو التمسك بالقواعد المهنية لسد جميع المنافذ أمام من يريد الإضرار به وبمهمته الصحفية.

(16) سعيد مقدم: أخلاقيات الوظيفة العمومية: دراسة نظرية تطبيقية، الجزائر: دار الأمة للطباعة والترجمة والنشر والتوزيع، 1998م، ص51.

(17) Jean Clair: Les droits fandamentaux, Paris ; Edition Dunod, 2008, P.63.

خاتمة

إن زيادة حجم التدفق الإعلامي عبر وسائل التواصل، والتنوع في المادة الإعلامية السمع/بصرية في الوطن العربي لم يؤد إلى تحول نوعي على مستوى حرية التعبير وطبيعة الرقابة المسبقة المفروضة على الرسالة الإعلامية، كما أنه لم يقلل من حجم القيود التي تكبل الأداء الإعلامي.

إن الإعلام -الذي يفترض أن يكون في أولويات أهدافه التعبير عن المصلحة العامة إزاء حالات الانحراف والفساد، ومن أجل أن يعبر عن مواثيق وتعهدات الالتزام بالكلمة الصادقة الحرة ومناهضة كل ما هو سلبي ومخرب- أصبح ضحية الموجة الواسعة التي تبرر الفساد وتعده على المستوى العام والخاص وسيلة من وسائل المنافسة في سبيل الحصول على المكاسب الإضافية. ولا شك في أن سياسات إفساد الإعلام قد أخذت مدى أكبر وأخطر مع تراجع المسئولية المهنية في ظل غياب أطر قانونية محددة وضابطة للأسس والمعايير الخاصَّة بصناعة الأخبار والصور وتسويقها.

وخلافًا للوضع العربي، فإن الدول الغربية تملك هيئات مستقلة للتحكيم وضبط أنشطة المؤسسات السمعية البصرية، وتسهر على دفعها للالتزام بما يقتضيه دفتر الشروط أو الأعباء (Cahier de Charges)، والذي بموجبه سمح لها بالبث، وهذا بجانب السلطة القضائية التي تسهر على تطبيق التشريعات القانونية المنظمة للعمل التلفزيوني وتعدله وتصون أدبياته. وفي هذا الصدد يمكن الاشارة، على سبيل المثال، إلى أن المجلس الأعلى للسمعي البصري الفرنسي قد وجه تحذيرًا إلى القناة التلفزيونية السادسة (M6)، التي بثت أول حلقة من برنامج "الأخ الأكبر" (BIG BROTHER) باسم«Loft story» حثًّا لها على الالتزام بمبادئ الكرامة الإنسانية. وتلك هي العبرة من سن قوانين الإعلام ورسم السياسات الضابطة لمفاهيم المهنة الصحفية وأطرها.

المداخلة الثانية

البعد المجتمعي للنوع (الجندر):
الدلالات والمفاهيم الاجتماعية والسياسية والثقافية

أ. د. بلقاسم بن روان

الأبعاد الاجتماعية والثقافية للجندر، والتنمية وحقوق المواطنة للمرأة:

1- الجندر أو النوع – المفهوم وتطوره:

إن ميزة مفهوم النوع الذي ظهر في مطلع السبعينيات من القرن العشرين هو أنه مختلف عن مفهوم الجنس الذي ينطلق أساسًا من الفروق البيولوجية. إن مفهوم النوع الاجتماعي على العكس مفهوم الجنس يميل إلى **ما هو ثقافي وليس إلى ما هو طبيعي** خام، أي أن هناك معنى يعطيه المجتمع للذكر والأنثى. معنى ذلك أن كل ما يفعله الرجال والنساء، وكيفيات وجودهم وتفكيرهم وسلوكهم ما عدا وظائفهم الجنسية البيولوجية، هي من **صياغة المجتمع وثقافته؛** ومن ثم فهي قابلة للتغير بحسب الظرفية التاريخية لذلك المجتمع.

وتنطلق فكرة النوع الاجتماعي من مسلمة هي أن الأشخاص يولدون ذكورًا أو إناثًا، لكن المجتمع يعلمهم كيف يكونوا أولادًا ثم رجالًا أو نساءً. إن تلك العملية التعليمية تتولاها مؤسسات التنشئة المختلفة من أسرة ومدرسة وفضاء عمل وفضاء تدين؛ ومن ثم فإن تلك المؤسسات تكسب الأفراد أو تعودهم على القيام بما يتناسب مع جنسهم.

إن ربط التنمية بحقوق المواطنة للمرأة العربية يستند إلى نظرية التنمية الإنسانية المستديمة، أي التنمية في بعدها الأخلاقي التي تعد الإنسان هدفًا للتنمية وليس وسيلة لها كما هو الحال في المقاربة التي تعتمد الدخل الوطني الخام(PIB) كبعد أساسي، والتي تحصر مفهوم التنمية في نمو الدخل القومي فقط، وتؤكد على مسألة توزيع الدخل، والتفرقة وعدم العدالة في توزيع هذا الدخل بين مختلف الفئات الاجتماعية وبين الإناث والذكور.

إن الإحصائيات التي يعتمد عليها مفهوم الدخل الوطني الخام لا تعي الأشياء التي يوليها الناس أهمية كبيرة ويسعون إلى تحقيقها، **كالحاجة إلى الأمن والحماية من العنف المسلط على بعض الفئات الاجتماعية كالنساء مثلا،** أو البحث عن وسط خال من الأخطار. والحاجة إلى الحرية السياسية والثقافية قد تكون أهم بكثير من الاحتياجات التي يرصدها المنطق الكمي للنمو الاقتصادي. وتعود مرجعية هذه النظرة[1] إلى نظرية الاقتصادي Amartya Sen، الحائز على جائزة نوبل سنة 1998م، القائمة على مفهوم توسيع القدرات التي تسمح وتؤدي إلى توسيع الحريات، ولاسيما حرية اختيار الحياة الأنسب لكل فرد. إن التنمية الإنسانية تعتد بالمسائل النوعية، وتستعمل لهذه الغاية ما يسمى بمؤشر

(1) رانيا بلمداني، المواطنة والتنمية: تحليل الأبعاد السوسيولوجية والثقافية للنوع وتأثيرها في التنمية – حالة الجزائر- موضوع أطروحة دكتوراه تحت إشراف د. خوليا سفيدليا ميرينو- المعهد الجامعي لدراسات المرأة- جامعة فالنسيا- أسبانيا.

التنمية الإنسانية (IDH) indice du développement humains،[2] الذي يقيس مستوى التنمية لبلد ما، ويتحدد بثلاثة عوامل، هي:

- **طول العمر والصحة الجيدة:** ويقدر بالأمل في الحياة عند الولادة والصحة الجيدة من خلال تغذية صحية جيدة.
- **التعليم والتدريب:** ويقدر بتعلم مهنة أو حرفة وتطبيقها.
- **مستوى الحياة:** ويتعلق بالقدرة على الحصول على دخول وموارد. وتتعلق هذه الأخيرة بحجم المواد التي تسمح بضمان حياة كريمة لكل فرد، مثل: العمل أو الموارد الأخرى التي تخلق دخولًا كالأرض، القروض وممارسة نشاط اقتصادي. فمؤشر التنمية الإنسانية يوفر وسيلة ناجعة لتقييم أداء الحكومات ومدى نجاحها في تحقيق التنمية ورفاهية مواطنيها؛ فهو يتجاوز النظرة المحدودة للتنمية من خلال قياس الثروة **ليهتم بكيفية توزيعها، وتحديد الفئات الاجتماعية الأوفر حظًا في الاستفادة من التنمية حسب متغير الجنس**؛ وعليه فإن مقاربة النوع الاجتماعي تستطيع أن تشرح الكيفية التي تتحكم من خلالها الأبعاد السوسيولوجية والسياسية والثقافية للنوع **في رسم أبعاد الصورة التي يرسمها المجتمع للمرأة العربية.**

2- مفهوم النوع الاجتماعي:

مصطلح النوع الاجتماعي[3] (ذو أصل أنجلوسكسوني، يترجم إلى العربية بكلمة النوع أو النوع الاجتماعي، ويستخدم لشرح الفروق غير البيولوجية ما بين الجنسين؛ لأن كلمة (sex) بالإنجليزية لها معنى عضوي بحت، وتقتصر على الصفات والفروق العضوية أو البيولوجية الطبيعية بين الذكر والأنثى، وهي فروق تولد مع الإنسان ولا يمكن تغييرها، ووجدت من أجل أداء وظائف معينة، بينما كلمة جندر تُعنى بالبعد الثقافي والاجتماعي الذي يفرق بين الذكورة والأنوثة، فهي تشير إلى الخصائص والأدوار الاجتماعية التي يضعها المجتمع بناء على منظومة القيم والعادات الاجتماعية المحددة اجتماعيًّا للرجال والنساء وفقًا لعوامل جرى تشكيلها تاريخيًّا تنظم العلاقات الاجتماعية بين الجنسين، بحيث تحدد أدوار لكل منهما بتقسيم الأعمال والمسئوليات والفضاءات بصورة يمكن اختصارها بشكل بسيط في مستويين: خاص وعام « Privé/ Public »

(2) رانيا بلمداني: المرجع نفسه.

(3) رانيا بلمداني- مرجع سابق.

ـ الفضاء العام أو الخارجي يكون للرجال.

ـ الفضاء الخاص أو الداخلي المتمثل في البيت ويكون للمرأة.

والإشكالية ليست في التقسيم بحد ذاته وإنما في تبعات هذا التقسيم والنتائج المترتبة عليه؛ فهو ـ حسب ما أثبتته الدراسات الأنثربولوجية ـ تقسيم قهري ومجحف للمرأة ومولد للعنف ضدها؛ لأنه يعد المرأة كائنًا دونيًّا، يجب أن يخضع لسلطة الرجل والمجتمع مع كل ما يولده ذلك من عنف وقهر.

• مقاربة النوع تسمح بإعادة النظر في هذه العلاقات، وتطرح فكرة مساءلة النظام الذي على أساسه قسمت الأدوار وأقصيت المرأة عن المجال الاقتصادي والاجتماعي والسياسي، وهي علاقات تخضع لمفهوم القوة والسلطة.

• تجاوز النظرة الضيقة التي تعد موضوع المرأة في البلدان العربية حديث نخبة من النساء أو بعض الجمعيات النسائية التي لا تنتمي بالضرورة إلى واقع الأغلبية الساحقة من النساء التي تعاني الفقر والعنف والإقصاء، وكذلك هو تجاوز لمختلف إيديولوجيات الحركات النسائية الغربية لما بعد الحداثة، التي تطالب بالتحرر الجنسي وحرية الإجهاض[4].

• المرأة في بلداننا بصورة عامة مازالت تكافح ضد الفقر والجهل والعنف، وتطالب بالمبادئ الأساسية لحقوق الإنسان، وهي التعليم والصحة والماء والأمن، والمشاركة السياسية التي تسمح لها **بالمشاركة في تسيير الشأن العام**.

• مشكلة التخلف الذي تعانيه البلدان العربية مرده في أغلب الأحيان إلى سوء استغلال الموارد وإهدارها، سواء كانت بشرية أو مادية. والمرأة مورد ثمين وعنصر فعَّال يجب تطويره لتطوير المجتمع[5].

إن مفهوم النوع الاجتماعي على العكس من مفهوم الجنس يميل إلى ما هو ثقافي وليس إلى ما هو طبيعي خام، أي أن هناك معنى يعطيه المجتمع للذكر والأنثى، معنى ذلك أن كل ما يفعله الرجال والنساء، وكيفيات وجودهم وتفكيرهم وسلوكهم ما عدا وظائفهم الجنسية البيولوجية، هي من صياغة المجتمع وثقافته؛ ومن ثم هي قابلة للتغير بحسب الظرفية التاريخية لذلك المجتمع[6].

(4) رانيا بلمداني: نفس المرجع السابق.

(5) رانيا بلمداني: نفس المرجع السابق.

(6) شاذلية المجاري، المنظمة النقابية وإدماج النوع الاجتماعي، دراسة حالة، رسالة ماجستير في الدراسات النسوية، المعهد العالي للعلوم الإنسانية، تونس 2004م - 2005م، ص19.

إن تحليل الظواهر الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية بناء على مقاربة النوع شيء ضروري؛ فالأدوار هي أدوار مكتسبة، والأحكام هي أحكام مبنية اجتماعيًّا وثقافيًّا وتاريخيًّا، وقابلة للتغيير والتحسين. لقد ثبت بما لا يدع للشك أن فئة النساء هي الفئة الأكثر هشاشة والأكثر تضررًا من الفقر والحروب والعنف والأمراض وغيرها من العلل؛ وهذا راجع إلى تهميشها وإقصاءها عن الحياة العامة، ولاسيما من التأهيل والتعليم والعمل. وتشير الدراسات إلى أن عددًا النساء يتعرضن للقتل على يد الذكور، ويعد ذلك من بين أهم صور الوفاة على هذا الكوكب؛ مما يؤدي في النهاية إلى خلق أشكال مشوهة من نسق القيم والعلاقات والسلوك وأنماط الشخصية المتصدعة نفسيًّا وعصبيًّا، ومن نتائجه أيضًا ما يترتب على علاقات القوى غير المتكافئة داخل الأسرة وفي المجتمع بصفة عامة من خلل، بالإضافة إلى ما يترتب على ذلك من إعادة إنتاج للعنف[7].

3- الدين والنخب والنوع الاجتماعي:

لقد انعكس الإرث الديني على مواقف النخب الثقافية؛ فدار الجدال حول موقف الإسلام من المرأة وحقوقها في المجتمع العربي الإسلامي. فقد مال غلاة الفقهاء إلى إبراز "دونية المرأة"، وقوامة الرجل عليها، ونصيبها من الميراث، وارتفاع الرجل عليها بدرجة، يضاف إلى ذلك ما أثير من حديث حول "دونية سياسية وقيادية ودونية دينية"، إضافة إلى عدم قبول إمامة المرأة، خاصة بعد أن باتت وسائل الاتصال الحديثة -لاسيما القنوات الفضائية- تلعب دورًا في الدعاية والتعبئة الدينية، وتعطي صورة عن المرأة تتضاءل فيها ملامحها الإيجابية أمام ملامحها السلبية.أنظر:" **سالم لبيض، الجنوسة والنوع في الثقافة العربية، مجلة المستقبل العربي، 2/ 2008م، العدد رقم (348)".**

4- دور التنشئة الاجتماعية أو التربية على النوع:

إن خطاب الجنوسة الذي يقوم على السيطرة الذكورية المطلقة لا يعتمد على الموروث الجنسي، وإنما يشمل جميع مجالات الحياة، ففي دراسة أجريت سنة 2000م ونشرت سنة 2005م تبين وجود أمي واحد بالنسبة لخمسة بالغين على المستوى العالمي، ومن بين أولئك الأميين نجد الثلثين من النساء، وهذا يحول دون مقدرتهن على الدفاع عن حقوقهن، وينعكس ذلك على توزيع النساء على المهن خارج المنزل وعلى المشاركة السياسية.

(7) ليلى عبد الوهاب العنف الأسري الجريمة والعنف ضد المرأة، دار الهدى، دمشق،1994م، ص 7-8.

- ورغم المحاولات التي عرفتها كثير من البلدان للنهوض بوضع المرأة وتغييره باتجاه مزيد من المشاركة، فإن تلك المحاولات بقيت حبيسة النصوص القانونية التي اقتصرت على المستوى النظري. إن بناء النوع عملية شاقة لا تتحقق بمجرد إعطاء المرأة بعض حقوقها أو تمكينها من بعض الحريات الفردية التي شكلت مطالب رئيسة لكثير من الحركات النسوية، إنما هو عملية التنشئة التي تتولاها مختلف أطر التنشئة الاجتماعية، والتي نحصرها فيما يلي:

الأسرة:

الطفل يتعلم بعينه، أي مما يراه ويلاحظه من سلوكيات ومعاملات، أكثر مما يتعلمه بأذنه (رغم أهمية الأذن) أي مما يسمعه ويجبر على تلقنه. وما تستطيع الأسرة تمريره من قيم جديدة تحد من التمييز الجنسي ومن الهيمنة الذكورية عبر تنشئة متوازنة في فترة وجيزة قد لا يستطيع المجتمع إنجازه خلال عقود من الزمن ولو باعتماد أكثر التشريعات تقدمًا، وهو ما يؤدي إلى تمكين المرأة من أعلى الوظائف والرتب والامتيازات.

المدرسة:

المدرسة هي إطار التنشئة الذي يكتسي الدرجة نفسها من الأهمية (درجة الأسرة). يذهب بيار بورديو (Pierre Bourdieu) عالم الاجتماع الفرنسي إلى أن مفهوم إعادة إنتاج الثقافة هو مفهوم تنتجه المدارس بمشاركة مؤسسات اجتماعية أخرى (دينية، سياسية، إعلامية)؛ وذلك للحفاظ على اللامساواة الاجتماعية والاقتصادية جيلًا بعد جيل.

إن المدرسة تلقن الفرد الامتثال للنظام السياسي والقانوني، واحترام المعايير الاجتماعية والأخلاقية. بل إن وظيفة المدرسة هي إنتاج "الهوية الاجتماعية للأفراد"، وخلق ما يسمى بـ"الجنس المشترك" لديهم.

إن حالات التمييز تنصرف إلى تقسيم فصول خاصة بالذكور وأخرى للإناث، أو تخصيص مدارس خاصة بكل جنس، واعتماد برامج ذات طبيعة ذكورية، أو توجيه الذكور والإناث إلى تخصصات معينة دون الأخرى. كل هذه الممارسات تشكل أرضية خصبة تنتج التمييز، وتعيد إنتاجه مستقبلًا من قبل الفاعلين.


المراجع

1- مارتن غريفيتش شن تيري أوكلهان، **المفاهيم الأساسية في العلاقات الدولية**، مركز الخليج للأبحاث، دبي، 2008م.

2- مسرد مفاهيم ومصطلحات النوع الاجتماعي اليونيفيم «unifem»: صندوق الأمم المتحدة الإنمائي للمرأة، المكتب الإقليمي للدول العربية، المبادرة الفلسطينية لتعميق الحوار العالمي والديمقراطية، 2006م.

3- شاذلية المجاري، المنظمة النقابية وإدماج النوع الاجتماعي، دراسة حالة، رسالة ماجستير في الدراسات النسوية، المعهد العالي للعلوم الإنسانية، تونس 2004م - 2005م.

4- رانيا بلمداني، المواطنة والتنمية: تحليل الأبعاد السوسيولوجية والثقافية للنوع وتأثيرها في التنمية – حالة الجزائر- موضوع أطروحة دكتوراه تحت إشراف د. خوليا سفيدليا ميرينو- المعهد الجامعي لدراسات المرأة- جامعة فالنسيا – إسبانيا.

5- عبد الوهاب ليلى، العنف الأسري، الجريمة والعنف ضد المرأة، دار الهدى، دمشق، 1994م.

6- لجنة القضاء على التمييز ضد المرأة، الدورة الحادية عشرة، 1992م، التوصية العامة 19، العنف ضد المرأة.

7- سالم لبيض، الجنوسة والنوع في الثقافة العربية، مجلة المستقبل العربي، 2/ 2008م، العدد رقم (348).

المداخلة الثالثة

الصورة التلفزيونية:
الأبعاد، والاستخدام، والتوظيف في النشاط السياسي

د. فائزة تخلف

مقدمة:

إذا كانت هناك وسيلة تصلح لتكون العالم الحقيقي لثقافة ما بعد الحداثة ستكون بلا ريب هي التلفزيون. وعلى حد تعبير "جون بودريار" (Jean Baudrillard): "التلفزيون: هو وسيلة فوق الواقع Hyper-real، أي أنها واقعية أكثر من الواقع، أو بعبارات أخرى نحن نستمد وعينا بالواقع من التلفزيون." فأي شيء يذاع في التلفزيون أقل واقعية؛ لأن منه تستمد القضايا السياسية أهميتها، وتكتسب السلع والخدمات جاذبيتها، وتلقى الدراما شهرتها، وحتى الكتب تستحق أن تقرأ عندما تظهر في التلفزيون.

فالتلفزيون يمتلك بهذا المعنى كل ما يذكره المفكرون من صفات ما بعد الحداثة: الاحتفاء بالصور على حساب الكلمة، وإحلال الإشباع العاطفي محل العقل، والولع بالانطباع بدلًا من الإقناع، والتخلي عن المعنى والتمسك بالعوالم المتخيلة بكل ما يندرج فيها من أشياء وأوصاف ومعالم منسوجة بظلال المرئي والمسموع.

إن العالم المعاصر لا يعيش فحسب تحت مظلة ما عرف بمجتمع الفرحة، بل ما بعدها أيضًا؛ حيث يستحوذ السمع بجوار الرؤية على جانب مهم في صياغة تصورنا للواقع، وهنا تغدو ذروة التعقد في تلمس أبعاد هذا التداخل بين البصري – السمعي، من خلال تدفق الصور والأصوات التي يحملها التلفزيون.

ولأن للبث التلفزيوني أصوله، وللخطاب المرئي خصوصياته؛ كان لابد من الوقوف على خصائص التلفزيون كوسيلة إعلامية وعلى الإمكانات التي تتوافر لها.

1- خصائص التلفزيون كوسيلة إعلامية:

ظهر التلفزيون لأول مرة في العالم عام 1939م في الولايات المتحدة الأمريكية، ثم عرف انتشارًا بطيئًا في دول أوروبا ومنها فرنسا التي انتظرت تتويج ملكة بريطانيا سنة 1953م ليكتسح التلفزيون بيوت الفرنسيين. وفي عام 1960م تم استغلال هذه الوسيلة في أول حملة انتخابية لرئاسة الولايات المتحدة الأمريكية، وهي الحادثة التي أكد من خلالها المترشح جون كينيدي (John F.Kennedy) أن للتلفزيون سلطة وتأثيرًا قويين[1]، وهي ذات الحقيقة التي أكد عليها سبر الآراء الذي أعد عام 1963م، والذي أوضح أن مصدر المعلومات الأكثر مصداقية لا يتمثل في

(1) J.M.Utard et A.Kempf: Communication d'entreprise et publicité, Paris: Edition Flammarion, 2009, P.31.

الصحافة المكتوبة أو الإذاعة وإنما هو التلفزيون بدون منازع[2]. وتؤكد الممارسة - كما يرى الكثير من الباحثين- أن دخول التلفزيون في بنى اتصالية وتقنية مختلفة إنما يعود أساسًا إلى الطابع الإعلامي المتفرد لهذه الوسيلة، والذي يجعل منها:

أ- وسيلة قوية Média puissant:

تقاس قوة أية وسيلة اتصالية بمعدل انتشارها في المجتمع، وبعدد الأفراد الذين يتابعونها باستمرار[3]؛ ولذلك كان التلفزيون من أقوى الوسائل الاتصالية، فهو يكتسح تقريبًا كل بيت بمعدل جهاز واحد على الأقل، ويشاهده الملايين من الناس خلال ساعات عديدة من مدة البث اليومي.

ب- وسيلة سريعة Média rapide:

يراد بالسرعة في هذا السياق قدرة الوسيلة على تغطية الجمهور المستهدف، وعلى خلق مجموعة من الاتصالات في أسرع وقت ممكن[4]. وبهذا كان التلفزيون وسيلة سريعة لانفراده بتقديم بعض المواد الإعلامية فور وقوعها، وهذا بخلاف الدورية أو السينما اللتين تصنفان ضمن الوسائل البطيئة (Les médias lents).

ج- وسيلة كاملة:

يعد التلفزيون وسيلة كاملة تجمع بين كافة الإمكانات التعبيرية التي تميز الوسائل الإعلامية الأخرى، فهو يوفر الصورة الثابتة والمتحركة، الكلمة المنطوقة والمكتوبةMot parlé et écrit، وكذا الموسيقى والمؤثرات الصوتية. وهي مؤهلات فنية تجعل التلفزيون وسيلة واقعية، حداثية ومؤثرة.

وعلى هذا النحو يتسع مفهوم الصورة القائم على فعل محض يدل على المحاكاة إلى كافة أشكال الصور المستحدثة الآن، "فنحن نعيش في عالم الصورة الضوئية الإلكترونية. ومع تطور التلفزيون سيكون بين أيدينا جميع أنواع الصور التي لم نشاهدها أبدًا في حياتنا، وذلك من خلال الفيديو"[5]. ويرى بعض العلماء أننا انتقلنا "من عالم الكلمة Logocentric إلى عالم الصورة Occulocentric، حيث تمارس الرؤية الهيمنة أو السيادة على باقي الأحاسيس.

(2) Alain Bergala: Face aux médias, Paris: Edition Dunod , 2007, P.102.

(3) Guy Audigier: L’emprise des mots et des images, Paris, Edition Gallimard, 2005, P.36.

(4) Daniel Colard: L’impact de la télévision, Paris: EditionSeuil, 2006, P.102.

(5) آرثر إنرابرجر: النقد الثقافي: تمهيد مبدئي للمفاهيم الرئيسية: ترجمة وفاء إبراهيم ورمضان بسطاوتي، مصر: المجلس الأعلى للثقافة، ط 1، 2004م، ص 127.

إن عملية البث المتتابع للأحداث والأخبار إلى جوار الإعلانات والمضامين الدرامية الأخرى، كل هذه الأجناس الإعلامية المتجاورة والتي تأتي متدفقة عبر الشاشة لها قدرتها على استقطاب الوعي، وعلى تشكيل الاتجاه[6]؛ فمن جراء سيطرة الصورة وأبعادها الدالة على الإشهار والدعاية والإعلان تتحول كل الأشياء إلى عناصر سلعية في معرض الاستهلاك؛ ومن ثم أصبح المجتمع الحديث مجتمعًا إعلانيًّا (مركبًا من إعلان وإعلام Ad-mass society)؛ فأي "مجتمع يسيطر عليه الدافع إلى استهلاك السلع المادية، التي يغرسها العالم الوهمي، الذي تخلقه الإعلانات عن السلع[7] وتدعمه جماليات الدراما التلفزيونية".

إن تأمل وضع الصورة التلفزيونية يرهص في مستوى سياقي حالة نموذجية محلها كل المفردات الدالة على الفعل الإعلامي وعمليات البث والإفراز الدعائي والخبري، وهو ما يؤكد خصوصية هذا النوع من الصور.

2- الصورة التلفزيونية... خصوصيات ومهام جديدة:

إن ما تصوره وسائل الإعلام يعد المرجعية الأبرز التي تستطيع أن تؤثر في المجموع، فتصور ما يحدث ولا تتكرس مصداقيته إلا عبرها. وتتزايد قدرتها على التأثير بامتلاكها الصور بوصفها مظهرًا مفترضًا للحقيقية، ففي وضعية البث وفيض الصور تصبح الوسائل المعبرة عن الخبر - بصفة ما- الحقيقة أو بديلًا عنها. ولقد تنبه "مارشال ماكلوهان" إلى حقيقة دور الوسيلة التي يتم بها بث الرسالة ودورها في التأثير حين صاغ عبارته الشهيرة "الوسيلة هي الرسالة"[8]، ومعنى ذلك أن محتوى الرسالة تتضاءل قيمته، ويتوارى في الخلفية وتتقدم الوسيلة لتصبح مناط التأثير، بقدر ما تمثله من هالة وتخلقه من صور يتفاقم دورها وتزداد قدرتها على تمرير محتويات الرسالة.

وهكذا يتحول فيض الصور التلفزيونية إلى آلة ضخمة تلتهم فعل الحضور الخاص والمائز"من التمييز" للذات عما تتواصل معه، فلا يبقى المعروض رهينة الكينونة/ الذات المشاهدة، وإنما يغدو حالة مرئية تستقطب الوعي وتجعل من العسير إقامة الفواصل المعتادة والطبيعة بين الرائي والمرئي، فالمسافة الفاصلة بينهما تتلاشى رويدًا رويدًا، وتتخلى الصورة عن كونها بديلًا لما هو حاضر، أو تجسيدا لحضور فعلي أو مفترض لتصبح هي الحضور، على

(6) Alain Schnapp, la cité des images, Paris: Edition Nathan, 1994, P.75.

(7) Thierry duve: Pour une archéologie de la modernité , Paris, Les editions de Minuit, 2007, P.26.

(8) محمد حسام الدسن: الإعلام وما بعد الحداثة، الأسس النظرية والتطبيقات الاتصالية، مصر: المجلس الأعلى للثقافة، ط 1، 2005م، ص 57.

سبيل الاستغراق لكل الأشياء والموجودات، يقول: رجيس دوبراي(Regis Debray): "يصعب علينا أن نقذف بأنفسنا في الصورة التليفزيونية أكثر مما يصعب علينا ذلك في الصورة السينمائية أو في حلبة المسرح، لسبب بسيط يكمن في أننا نوجد أصلًا داخلها"[9].

إن هذه الوضعية تمثل واحدة من الظواهر التي أثمرتها سيطرة "الصورة" في عصرنا، حيث يتحول المعروض إلى محض استعراض، والمشاهد إلى مجرد متفرج، لا يملك في أغلب الأحيان إلا مجرد الفرجة المتماهية مع الشيء. يبرز هذا بصورة جلية فيما يعرف بمفهوم التفاعلية (Interactivity) ليؤثر أيضًا في مفهوم ورؤية الذات لنفسها، "عندما تنعزل الذات عن وطنها الطبيعي بفعل استخدام هذه الوسائل الجديدة"[10]؛ ومن ثم غدا المجتمع جراء كل هذه القيم المعروضة في عالم تفشت فيه المادية "مجتمعًا استعراضيًّا" – كما يصفه جون ديبور (Jean Dubort)؛ وكان من توابع ذلك استلاب المتفرج لصالح الشيء موضوع التأمل. ويحدد ديبور هذه الوضعية قائلًا: "وتتجلى حالة خارجية (Extériorité) بالنسبة للشخص النشيط في كون إيماءاته ذاتها لم تعد تخصه، بل تخص شخصًا آخر يمثلها لديه؛ لهذا السبب لا يحس بأنه في داره أو في أي مكان آخر على الإطلاق، فالاستعراض موجود في كل مكان"[11].

هذا الاستلاب نجده في كثير من المواضع، خاصة تلك التي تعين الذات على مشاهدة العالم عبر الشاشة، حيث تنقاد لما تبثه من صور، وتستسلم لتدفقها وحركتها غير الساكنة على صورة واحدة أو مكان واحد.

وهكذا يغطي المرئي على الشاشة الأبعاد الواقعية للشخوص، ويفرض منطقه على كل الأشياء المحيطة به، وتصبح الفرص متساوية لتبادل المواقع والأماكن بين الداخل والخارج، الواقعي والمرئي، والأشياء وصورها، والأشخاص وتجسيداتها على الشاشة. فما هو محض صور نلقاه متحققًا وباديًا في الواقع، وما هو واقعي متحقق نراه تحول إلى صورة؛ ومن ثم نجد حرية كبيرة في تبادل الدخول والخروج للصورة من الشاشة إلى الواقع أو العكس؛ ومن ثم تبدوا الأفعال والأشياء على الشاشة قادرة على أن تؤثر في الواقع، بل وكأنها تحدث في الأماكن الواقعية، فتتخلى عن كونها محض صور وتتحول إلى منظومة استعراضية تحتفي بفكرة التقارب بين الوعي والفرجة[12].

(9) Regis Debray: Le temps de la télévision, Paris, Edition Gallimard, 2009, P.13.

(10) Binjaminwaltier: L’ère de la reproductibilité technologique, Paris, Edition Gallimard, 2008, P.61.

(11) André chastel: L’image dans le miroir, Paris, Edition Gallimard, 2005, P.30.

(12) Jeanne Laurent: Arts et pouvoirs de la télévision, Edition du seuil, 2008, P.77.

على هذا النحو تصبح الصورة التلفزيونية، سياقًا سرديًّا تصويريًّا يختص بمجموعة من المميزات، هي:-

3- **خصائص الصورة التلفزيونية**:

أ- تشكل الصورة التلفزيونية عنصر تجسيد فني بالغ الدلالة والأهمية في اللغة التعبيرية التلفزيونية، وتزداد المقدرة الاتصالية والتأثيرية للصورة التلفزيونية بسبب اقترانها بعنصري الحركة واللون؛ حيث جعلت الحركة التلفزيون وسيلة الإعلام الجماهيري الوحيدة القادرة على تقديم صورة متحركة، وأعطى اللون الصورة التلفزيونية قيمًا جمالية غنية، وجعلها أكثر قربًا من الواقع؛ وبالتالي زاد من مصداقيتها وطابعها الوثائقي.

ب- تتم عملية تقديم الصورة التلفزيونية عبر شاشة ذات حجم صغير (إذا ما قورنت بالشاشة السينمائية)، وهذا الحجم الصغير لا تفرضه اعتبارات تكنولوجية، وإنما تتطلبه حقيقة أن التعرض للتلفزيون يتم أساسًا في غرفة المعيشة في المنزل العصري، وقد أدى هذا الحجم للشاشة التلفزيونية إلى تقديم صورة تلفزيونية مختصرة فنيًّا وغنية دلاليًّا.

ت- تتوجه الصورة التلفزيونية أساسًا إلى الوجدان والعواطف والانفعالات، وتؤثر على المتلقي من خلال عملية التماهي بتداعياتها المعقدة[13].

ث- رافق قوة الصورة التلفزيونية وانتشارها وتطورها تراجع التجربة الشخصية للبشر كوسيلة لتعرفهم على الواقع الفعلي والحقيقي[14]؛ وبالتالي انفرد التلفزيون بالبشر، وأخذ يرسخ في أذهانهم معطيات الواقع الفعلي ومكوناته. وتؤكد الكثير من الدراسات الحديثة أن شرائح واسعة من البشر أخذت تتعرف على الواقع الفعلي من خلال الواقع التلفزيوني، وأن الناس يُصدمون حين تضطرهم ظروف الحياة إلى التعامل المباشر مع الواقع الفعلي عندما يكتشفون أنه يختلف، وربما يتناقص مع الصورة الراسخة في أذهانهم بفعل التلفزيون. يراهن التلفزيون على أن يكون "واقعه" هو المقياس وهو الأصل والأساس، وأن الواقع الفعلي هو التابع، وهو الذي يمتحنه ويتعرفه ويحكم عليه من خلال الواقع التلفزيوني.

ج- تتقاطع أهمية النص مع البث التلفزيوني التصويري في صياغة مختلف طرق الإقناع عبر الصورة؛ ورغم التقدم المذهل في المراحل المختلفة لعملية إبداع الصورة التلفزيونية فإن الكلمة (النص التلفزيوني) مازالت هي العنصر

(13) René Bonnel: La vingt-cinquième image, Paris, Edition Dunod, 2004, P.24.
(14) Germain Viatte: Peinture, Cinéma et télévision, Paris, Edition Payot, 2001, P.76.

الحاسم والمحدد في معظم المواد والبرامج التي يقدمها التلفزيون[15]؛ حيث إنها مازالت تشكل الأساس القوي والمتين الذي تبنى عليه وتنطلق منه جميع عناصر التجسيد الفني للمادة التلفزيونية وفي مقدمتها المحتوى التصويري.

تمكننا القراءة المعمقة للحقائق الخمس السابقة من استنتاج أن الصورة التلفزيونية المعاصرة هي خطاب مرئي متكامل سعى في صنع "واقعه" وتقديمه وترسيخه إلى الاستفادة من اكتشافات علم النفس الإعلامي المعاصر (وخاصة نظريات التأثير والمداخل الاقناعية) لدفع المتلقي، عبر التدفق البصري الغزير والتنوع والجذب، للاستغراق في هذا "الواقع التلفزيوني"، والتماشي مع قيمه ونماذجه ومعاييره[16]. وقد تم ذلك عبر عملية معقدة وواعية ومعتمدة على النحو التالي:

انتهى الزمن الذي كانت فيه المهمة التقليدية للصورة التلفزيونية تقتصر على تشكيل النسق المعرفي للملتقى من منظور معين، ومن خلال تقديم ما يحدث من وجهة نظر معينة. لقد بدأ التلفزيون مساره معتمدًا على الخبريتين الصحفية والإذاعية، واستعار من الصحافة والإذاعة الكثير من مفردات اللغتين الصحفية والإذاعية، ولكنه سرعان ما أخذ يكتشف نفسه، ويلتمس لغته الخاصة[17]، حدث هذا أساسًا في العقدين السادس والسابع من القرن العشرين. ولكن بداية من العقد الثامن بدأت تتضح الإمكانات الهائلة للغة التعبيرية التلفزيونية.

وبينما كانت دول العالم الثالث تبدو "مفتونة" ومقتنعة بشعار "التلفزيون في خدمة التنمية"، أو شعار "تلفزيون التعبئة"، كان المنظرون الإعلاميون الغربيون يضعون اللمسات الأخيرة على تطور نوعي في العمل التلفزيوني يقوم على أساس اكتشاف الطاقات غير المحدودة للتلفزيون كوسيلة وكرسالة وكصورة.

وقد تجسد هذا التطور في اكتشاف مقدرة الصورة التلفزيونية على تقديم "واقع" تلفزيوني متكامل المعالم والملامح[18]، وعلى جعل المتلقي يتوهم أنه يشارك في صنع هذا "الواقع" التلفزيوني، وأنه يشارك فيما يجري فيه من أحداث، وذلك من خلال عملية استغراق كاملة ومحكمة، تدفع المتلقي إلى التماهي الكامل بما يقدمه هذا "الواقع" التلفزيوني من معارف وأحداث وشخصيات وقيم وأنماط حياة وسلوك.

(15) Regis Debray, op, cit, P.21.

(16) Jean Cazeneuve: Les pouvoirs de la télévision, Paris: édition Dunod, 2000, P.73.

(17) Jean Cazeneuve: op, cit, p.74.

(18) Serge Daney: La magie de la télévision, Paris: édition Gallimard, 2006, p.21.

لقد درس العديد من المنظرين التلفزيونيين الغربيين (الأمريكيين خصوصًا) تجربة المسرح الملحمي البرختي، وعرفوا الآليات التي استخدمها ذلك النموذج المسرحي الألماني في تقديم "واقع" مسرحي يجعل المشاهد يعيش التجربة ويفهمها، وربما يشارك فيها نتيجة اقتناعه بأنه إنسان فاعل ومعني بما يشاهد، وهي الوضعية التي تؤدي إلى تحقيق الهدف النهائي وهو الالتزام بالدرس المستفاد من التجربة أو الحدث أو الواقعة[19].

استبدل هؤلاء المنظرون "الاستغراق" أو "التماهي" أو "التقمص الوجداني" بالالتزام. ويتطلب الالتزام كقيمة مهنية احترافية المعرفةَ العلمية، والفهمَ العميق، والموقفَ النقدي المبدع والخلاق، والعملَ المبادر والمنظم من أجل التغيير. أما الاستغراق فيتطلب العزلةَ عن الواقع الفعلي، والغرقَ في "الواقع" التلفزيوني والاستسلام له بدون مناقشة أو مقاومة. كما أن التماهي يحقق الاندماج الوهمي فيما يحدث على الشاشة، كآلية محكمة التخطيط والتنفيذ، عبر الاستخدام المكثف للإبهار البصري وتقنياته وأساليبه المتعددة، وخاصة ما أصبح يعرف بـ "فوضى البرمجة" التي قد تبدو مسيطرة على الشاشة بسبب كثرة القيم البصرية وتنوعها وغناها؛ وذلك كله من أجل هدف واحد وهو دفع المتلقي للتعايش مع ما يحدث؛ وبالتالي إلى قبول ذلك الذي يحدث[20].

وفي سياق الموجة العارمة لفهم معين للثقافة الجماهيرية، تقدمت الصورة التلفزيونية لتضطلع بالمهمة المركزية في تشكيل وتعليب بنى فكرية قيميه محددة، الأمر الذي يؤطر النزعة التبريرية للتلاعب بالصورة في وسائل الإعلام المختلفة، خاصة وسائل الإعلام المتلفزة. تكشف لنا هذه الزاوية إشكاليات جديدة في استخدام الصورة المرئية نحاول توضيحها من خلال ما يلي:

استخدامات الصورة التلفزيونية:

إن الهاجس الأساسي في الحديث عن الصورة والتلفزيون قد حد من التساؤل عن العلاقة التي تشد الصورة للواقع ليصب في مقدرة الصورة على إقصاء الواقع أو إبعاده عن بؤرة الإدراك. إن الكثير من علماء الاجتماع يجزمون بأن الصورة "تستخلف الواقع"[21]، فلا وجود إلا لما تظهره عيون الكاميرا، أي لا وجود إلا لما هو محقق بصريًّا؛ فالصورة التلفزيونية تملك المقدرة على استحضار الغائب وتغييب الحاضر.

(19) Paul virilio: La machine de vision, Paris: édition Payot, 2004, p.109.

(20) Paul virilio: op, cit, p.109.

(21) Gilbert Hollenfer: Ethique et images de l'humanitaire , Revue Internationale de la croix rouge, N° 822.

هذه المقدرة أو الكفاءة الخاصة التي تتمتع بها الصورة جعلت المؤسسات السياسية والاجتماعية والثقافية تميل أكثر لاستخدام وسائل الإعلام المرئية من أجل جعل نشاطاتها أكثر قربًا من الجمهور؛ فالحكم على أداء الحكومات في الأنظمة الديمقراطية وعلى نشاطها أصبح صادرًا عن عيون الكاميرا بدلًا من البرلمانات والأحزاب السياسية. هكذا ندرك سر إصرار الأنظمة الشمولية على إقصاء بعض الأحداث والوقائع من التصوير.

يؤكد ريمي ريفال (Remy Rieffel) أن الصورة التلفزيونية قد أثبتت بفضل سطوتها سقوط أسطورة إعلام – المشهد –L'Information – Spectacle، وأن التغطية قد تحولت من نقل الوقائع حيث تتجسد الرهانات الحقيقية (Les véritables enjeux) إلى بناء الوقائع حيث تطغى الإثارة (La sensation) على الفهم (la com-préhension)[22].

إن النقل المباشر للأحداث عبر الشاشة الصغيرة، واللهث وراء الآنية قد زاد في مدى انتشار الصورة وبسط سلطانها؛ مما ترك تأثيرًا سلبيًّا في مجال الإعلام. فتدفق الصور وتسارعها بوتيرة جنونية حول الهدف من استخدام الصور جعل الهاجس الأساسي لم يعد مساعدة الجمهور على فهم ما جرى من خلال الصور، بقدر ما أصبح يقتصر على تفعيل الإثارة وتعزيز صدمة الصور (Le choc des images)[23].

وعندما تهيمن الصورة في حقل الاتصال يتسع المجال للعاطفة لتتعامل مع الأشياء، ويصبح محك الحكم على الأحداث ليس الواقع، بل الإحساس الذي تنقله الصورة للمشاهد.

إن المكانة التي احتلها الإعلام التلفزيوني -إعلام الصورة- بدءًا من التسعينات قد أثرت في بقية وسائل الإعلام. هذا التأثير لا يتجلى فقط في التركيز على الاهتمامات والأحداث ذاتها التي تركز عليها القنوات التلفزيونية - والتي وصفها عالم الاجتماع بيار بورديو (Pierre Bordieu) بالمسار الدائري للإعلام- بل تجلى أيضًا في التقنيات والأساليب التي تركت مفعولها في شكل المادة الإعلامية وبنائها. فالكتابات المختصرة بالجمل القصيرة، والاعتماد على تصوير الأماكن والأشخاص بدلًا من السرد الذي قام عليه فن الريبورتاج بدئًا من رائده "بيار لوندن" هي من التأثيرات المباشرة للصورة في الصحافة المكتوبة.

(22) Remy reiffel: Que sont les médias ?, Paris: Edition Gallimard, 2005, P.129.
(23) Ibid, P.131.

الصورة والإيديولوجية:

إن العالم اليوم يواجه - إلى جانب التحدي الاستعماري بالقوة العسكرية، والتحدي الاقتصادي المرتبط بمراكز الهيمنة الاقتصادية العالمية، مثل صندوق النقد الدولي، والنظام الرأسمالي، ونظام الخصخصة- تحديًا حضاريًّا يتمثل في هيمنة وسائل الإعلام المرئية والوسائط التكنولوجية الرقمية. الدول تتسابق إلى التسلح، لكنها في الوقت نفسه تتسابق إلى امتلاك السلاح الإعلامي، الذي يخول لها الوجود في معارك وحروب إعلامية مادتها الأساسية الخبر والصورة.

إن الحاضر والمستقبل سيكونان تحت سيطرة سلطة الكلمة والصورة، وهو ما يذكّر بمقولة لنابليون مؤداها أن تأثير ثلاث صحف معادية يفوق تأثير أكثر من ألف بندقية. وقد كان ذلك منذ حوالي قرنين من الزمان، عندما كانت وسائل الطباعة والتوزيع محدودة جدًا، ولا تعرف انتشارًا واسعًا[24].

وللوقوف بقدر من العمق على ملامح هذه الحرب الإعلامية – حرب الصور- (la guerre des images)[25]؛ سنحاول أن نقف - ولو باختصار شديد جدًّا - على تضارب استخدام الصورة بين توظيف الإعلام الرسمي واستعمالات القنوات الفضائية العربية في تغطية وتسيير ثورات الربيع العربي.

لقد كان للإعلام المرئي، وخاصة العربي، دورًا حاسمًا فيما آلت إليه الأمور. ورغم أن الفضائيات لا تقود الثورات، إلا أن تغطيتها للأحداث بشكل مكثف ومواكب للعاجل والجديد قد أسهم بشكل فعَّال في نجاحها. وهنا لابد من الإشارة للدور الذي لعبتة بعض الفضائيات في التعبئة، مثل: قناتي "الجزيرة" و"العربية"، بالإضافة إلى التغطية الفعَّالة لعدد من الفضائيات العربية، منها اللبنانية كـ"المنار" و"الجديد" و"أن.بي.أن" والـ "أي.أن.بي" والـ "أر.تي.في"، التي أدخلت الثورة إلى بيوت الناس وكانت شريكًا أساسيًّا في نجاحها[26].

(24) François Bernard Hygle: Comprendre le pouvoir stratégique des médias, Paris, Edition L’Harmattan, 2006 P.74.
(25) Ibid, P.76.
(26) Bernard lamizet: Les télés Arabes et la guerre des images, Paris, Collection Bouquine, 2011, P.33.

خاتمة:

نستخلص من هذه الدراسة أن الصورة التلفزيونية هي مكون أساسي في الإعلام المرئي، بل هي الإعلام المرئي ذاته، وأن هذا المكون البصري يحتاج في فهمه واستنطاق معانيه إلى امتلاك الحد الأدنى من "الوعي السيميائي" والأدوات الإجرائية التي تكفل عملية الكشف عن مضامينه الخفية.

وتأكيدًا لهذا الطرح شدد عالم السيميولوجيا Jean Martinet على الفكرة التي مفادها أن ما يهم في علاقتنا بالصورة هو إدراك معناها وبلوغه، ويبقى أن السيطرة على معنى الصورة قد مكن الحضارة الغربية من تحقيق نهضتها العظيمة في المجال التقني، والمعماري، والسياسي، فماذا يبقى للصورة إذا لم نتمكن من الاقتراب من معناها؟

المداخلة الرابعة

الرأي العام والتسيير السياسي والإعلامي للأزمة

أ.د. بلقاسم بن روان

أولا: الإعلام والرأي العام:

مفهوم الرأي العام:

- **الرأي العام:** هو مجموعة من المواقف أو المعتقدات الفردية التي يمتلكها البالغون.

لقد عرف العلماء الرأي العام بأنه: "اتجاهات ومواقف الناس إزاء موضوع معين، حين يكون هؤلاء الناس أعضاء في نفس الجماعة المعينة".

تقسيم الرأي العام:

- **التقسيم الكمي للرأي العام:**

1- رأي الأغلبية: وهو الرأي العام الذي يحمله أكثر من نصف الناس في بلد أو دولة ما، بمعنى آخر، هو الرأي الذي تزيد نسبة المؤيدين له عن (50%).

2- رأي الأقلية: وهو الرأي الذي تقل نسبة المؤيدين له عن (50%).

3- الرأي الائتلافي: وهو رأي مجموعة من الأقليات المختلفة في اتجاهاتها، فتتجمع هذه الأقليات لتحقيق ائتلاف معين يجمع بينها. ومن الملاحظ في هذه الحالة أن تجمع هذه المجموعات من الأقليات المختلفة لا يأتي نتيجة لمناقشات ومداولات تدور بينها؛ ولذلك فهو ائتلاف مصلحة مشتركة في الغالب.

4- الرأي الساحق: وهو الرأي الناتج عن حالة من التوافق الذي تصل إليه الجماعة، وهو يفوق رأي الأغلبية ويكاد يصل إلى درجة الإجماع.

- **التقسيم حسب درجة الظهور:**

1- الرأي العام الظاهر: وهو الرأي العام الذي يعبر الناس عنه بكل صراحة ووضوح وحرية كلما تطلب الأمر ذلك. وهذا النوع من الرأي العام يوجد في الدول الديمقراطية، كالتعبير مثلًا عن وجهة نظر الناس إزاء أداء رئيس دولتهم.

2- الرأي العام الكامن: وهو الرأي العام الموجود ولكنه غير مُعبَّر عنه بسبب الخوف. ويوجد هذا الرأي العام بين الشعوب التي تحكمها أنظمة دكتاتورية.

ويمكن للرأي العام الكامن أن يتحول إلى رأي عام ظاهر في الحالات التالية:

- ارتفاع شدة الاتجاهات لدى الجماعات نحو قضية ما، بحيث لا تستطيع تلك الجماعات كتمان اتجاهاتها؛ وهنا يظهر الرأي العام وينطلق استجابة لحاجات تلك الجماعات.
- رفع الموانع الاجتماعية والقانونية التي كانت تحول دون التعبير عن الرأي العام.

ثانياً: مفهوم إدارة الأزمة:

إدارة الأزمة عملية إرادية مقصودة تقوم على التخطيط والتدريب، وتهدف إلى التنبؤ بالأزمات، والتعرف على أسبابها الداخلية والخارجية، وتحديد الأطراف الفاعلة والمؤثرة فيها، واستخدام كل الإمكانيات والوسائل المتاحة للوقاية من الأزمات أو مواجهتها بنجاح بما يحقق الاستقرار ويتجنب التهديدات والمخاطر، مع استخلاص الدروس، واكتساب خبرات جديدة تحسن أساليب التعامل مع الأزمات في المستقبل.

وبطبيعة الحال تختلف عملية إدارة الأزمة عن الإدارة بالأزمات، إذ إن الأخيرة هي فعل يهدف إلى إيقاف أو قطع نشاط من الأنشطة، وزعزعة استقرار بعض الأوضاع بهدف إحداث شيئ من التغيير في ذلك النشاط لمصالح مدبرة. والحقيقة لقد برعت اللغة الصينية في نحت مصطلح الأزمة، إذ ينطقونه WET- JI، وهي عبارة عن كلمتين: الأولى تدل على الخطر، أما الثانية فتدل على الفرصة التي يمكن استثمارها. وتكمن براعة القيادة في تصور إمكانية تحويل الأزمة وما تحمله من مخاطر إلى فرصة لإطلاق القدرات الإبداعية التي تستثمر الأزمة كفرصة لإعادة صياغة الظروف وإيجاد الحلول السديدة.

مراحل إدارة الأزمة:

ظهرت عدة تقسيمات لمراحل تطور الأزمات، ومن ثم مراحل إدارتها، وذلك انطلاقًا من أن كل مرحلة من مراحل الأزمة تتطلب مهام وأدوارًا مختلفة. ولعل من أول تقسيمات مراحل تطور الأزمة وأوسعها انتشارًا التقسيم الذي يحاكي دورة الحياة للكائن الحي، فالأزمة – أية أزمة- تمر بالأطوار التالية:

- **مرحلة الميلاد.**
- **مرحلة النمو والاتساع.**
- **مرحلة النضج.**

- **مرحلة الانحسار والتقلص.**

- **مرحلة الاختفاء،** وتصل الأزمة إلى هذه المرحلة عندما تفقد بشكل شبه كامل قوة الدفع المولدة لها أو لعناصرها وجزئياتها التي تنتمي إليها؛ ومن ثم تتلاشي مظاهرها، وينتهي الاهتمام بها (خاصة من وسائل الإعلام والاتصال، وكذا الرأي العام)، ويختفي الحديث عنها إلا بوصفها حدثًا تاريخيًّا قد انحسر وانتهى.

والحقيقة إن الانحسار يكون دافعًا للكيان الذي حدثت فيه الأزمة لإعادة البناء، وليس لإعادة التكيف. (وهذه نتيجة ودرس على الفاعلين الاستفادة منه).

ثالثاً: الإعلام وإدارة الأزمة:

إن وسائل الإعلام تعمل كمنظمات رئيسة في التحضير للأزمات والاستعداد لها والاستجابة لها من خلال التحذير، وكسب التأييد والتعاطف، ومحاربة الشائعات، والعمل على طمأنة الجمهور. كذلك فإن وسائل الإعلام يمكنها أن تقوم بالسيطرة على الأزمة بمناقشة جوانب القصور وتحديد الدروس المستفادة.

عناصر التخطيط الإعلامي لإدارة الأزمات:

الخطوة الأولي: تحديد المخاطر والأزمات المحتملة:

يستدعي تصميم الخطة الإعلامية لمواجهة الأزمات تحديد المخاطر المحتملة التي قد تتعرض لها الهيئة أو المنظمة أو المجتمع، ووضع قائمة بأولويات تلك المخاطر والأزمات ومراجعتها دوريًّا واختصارها في سلة أزمات. ونظرًا لأن وسائل الإعلام – خاصة الإعلام الرسمي – مطالبة بمواجهة معظم الأزمات وتغطيتها، لما تتضمنه من بعد اتصالي وإعلامي مؤثر في الجمهور والرأي العام؛ فإن فريق إدارة الأزمة عليه أن يضع قائمة طويلة وتفصيلية بالمخاطر والأزمات المحتملة، ويرتبها وفق أولويات محددة.

والقاعدة المتفق عليها هي رصد الأخطار والأزمات المحتملة، ثم حسابها على النحو التالي:-

1- قوة الأخطار والأزمات المحتملة.

2- تقدير القابلية للتعرض للأخطار.

3- تقدير قدرة المجتمع ومؤسساته المختلفة على إدارة الأزمة وامتصاصها.

الخطوة الثانية: تحديد الأهداف:

ويمكن تلخيص هذه الأهداف فيما يلي:

أ – الدفاع عن مصالح المجتمع وتنفيذ السياسة الإعلامية.

ب – الحفاظ على مصالح المنظمة والمجتمع.

جـ- كسب ثقة الجمهور وتأييده.

د - تقديم صورة إيجابية عن المنظمة والمجتمع.

هـ- تزويد الجمهور بالأخبار والمعلومات.

و - إقامة علاقات تعاون إيجابية مع وسائل الإعلام.

ز - مواجهة الحملات الدعائية للأعداء.

الخطوة الثالثة: تحديد الجماهير:

العنصر الثالث في الخطة الإعلامية لمواجهة الأزمات هو تحديد الجماهير المستهدفة، والتي لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة بالأزمة. وتشمل الجماهير الداخلية للهيئة أو المنظمة، والجماهير الخارجية.

وتعتمد عملية تحديد الجماهير على قاعدة وافية من البيانات والمعلومات بالإضافة إلى سبر اراء الجمهور، والتي تهدف إلى التعرف على الخصائص الديموغرافية، والتعليمية، والاجتماعية، والنفسية للجماهير. والمشكلة أن أسوأ سيناريو هو أن الأزمة قد تتحوِّل من أزمة داخلية إلى أزمة مجتمعية عامة تكون محل اهتمام الرأي العام ومتابعته. كذلك فإن الفشل في مواجهة أزمة داخلية قد يحولها إلى أزمة عامة تصبح محل اهتمام الرأي العام. ويوصي خبراء إعلام الأزمات بإعداد قوائم للاتصال بجماهير الهيئة أو الوسيلة الإعلامية، بحيث يجري استخدامها في المراحل المختلفة للأزمة. ويجب تقسيم جمهور الهيئة أو المنظمة إلى قطاعات أو فئات، بحيث يجري إعداد رسائل إعلامية تتناسب ومصالح كل قطاع واهتماماته. وتشمل قوائم الاتصال المسئولين في الدولة ووسائل الإعلام المختلفة، بما في ذلك المراسلين الأجانب، وكتاب الأعمدة ومقالات الرأي، بالإضافة إلى قادة الرأي في المجتمع.

الخطوة الرابعة: تحديد الوسائل والإمكانيات المتاحة:

تتطلب الخطة الإعلامية لمواجهة الأزمات إمكانيات مادية وفنية وعناصر بشرية مدربة، أهمها ما يلي:

1- تحديد عدد من الأشخاص المدربين على العمل الإعلامي تسند إليهم مهام المواجهة الإعلامية للأزمات.

2- يعمل هؤلاء كفريق عمل إعلامي لتغطية الأزمات. وترتبط هذه الفرق بفريق إدارة الأزمة الذي يعمل مركزيًّا على مستوى وزارة الإعلام.

3- تدريب فريق إدارة الأزمة إعلاميًّا على كيفية إعداد الرسائل الإعلامية قبل الأزمات وأثناءها، مثل: جمع الإخبار والمعلومات والتأكد من صحتها، وكتابه الأخبار والبيانات الصحفية، وإعداد المؤتمرات الصحفية، وكيفية الإجابة عن الأسئلة الإيحائية والاستفزازية، والتي قد تؤدي إلى إجابات لا تخدم مصالح وأهداف الخطة الإعلامية لمواجهة الأزمات.

4- إنشاء مركز لاتصالات وإعلام الأزمة. ويجهز مركز الاتصالات والإعلام بأجهزة تليفزيون وراديو وكمبيوتر متصلة بشبكة الإنترنت، وهواتف، وفاكسات، ومقاعد، ومكاتب، وكاميرات، وأجهزة إضاءة، وأقلام، وأوراق، ومولدات كهربائية، وهواتف خلوية، وأجهزة اتصال لاسلكي؛ إذ يجب أن نضع في الاعتبار احتمال انقطاع التيار الكهربائي والاتصالات أثناء الأزمات؛ مما قد يلحق أضرارًا بمركز الاتصالات والإعلام. كما يجب الاحتفاظ داخل مركز الاتصالات والإعلام بقوائم الاتصال بقيادات الهيئة أو المنظمة، والمسئولين المحليين، ومراكز الشرطة، والإسعاف، والمستشفيات، والدفاع المدني، وكذلك قوائم الاتصال الخاصة بوسائل الإعلام والمراسلين العرب والأجانب، وكتاب الأعمدة في الصحف، وقادة الرأي، والقيادات المحلية والتنفيذية.

هناك مقولة إعلامية شهيرة هي إن (الوسيلة هي الرسالة)، بمعني أنه إذا أحسنت اختيار الوسيلة التي تخاطب بها الجمهور الذي تستهدفه تكون قد ضمنت قدرًا كبيرًا من نجاح الرسالة التي تقدمها.

ولا يمكن النظر إلى الرسائل الإعلامية بدون النظر إلى الوسائل. وعادة ما يواجه المسئولون عن تنفيذ خطة إعلام الأزمة مشكلة اختيار الوسيلة.

الخطوة الخامسة: إعداد الرسالة:

يعد إعداد رسالة مفيدة وفعَّالة خطوة بالغة الأهمية في مواجهة الأزمات والكوارث إعلاميًّا؛ إذ إن ما تقوله أثناء الأزمة قد يعد أكثر أهمية مما تفعله، خاصة في الساعات الأولى لوقوع الأزمة.

وهناك شروط ومعايير عامة متفق عليها وخاصة بإعداد رسالة إعلامية فعَّالة، أهمها ما يلي:

1- إشباع احتياجات الجمهور المستهدف: الجمهور سينصرف عن رسالتك الإعلامية إذا لم يجد فيها ما يشبع احتياجاته.

2- مصداقية المصدر المنتج للرسالة.

3- الحدثية أو الفورية أو الآنية: الثابت أن هذه القاعدة هي مجال منافسة بين الإعلاميين، حيث يسعي كل منهم إلى تحقيق السبق الإعلامي.

4- الدقة والموضوعية: وتعني البعد عن المبالغة والالتزام بالحياد عند نقل القضايا أو الموضوعات التي يدور حولها جدل وصراع.

5- إبراز الجوانب الإنسانية: وتعني التركيز على الحاجات الإنسانية وإثارة النزعة الإنسانية من دون مبالغة أو استغلال لمعاناة البشر أثناء الأزمات.

6- الجاذبية والتشويق: وذلك عن طريق صياغة عناصر البرنامج الإعلامي ومكوناته بأسلوب منطقي تتوافر فيه عناصر التشويق بحيث يهتم به الجمهور.

7- الوضوح والضمنية: وذلك عن طريق الاعتماد على الأدلة والحجج المنطقية، أو ما يعرف بمسار البرهنة، أي تعدد الأدلة والبراهين وتنوعها، فهناك براهين دينية، وعقلية، وتاريخية، وسياسية... إلخ.

8- استخدام الاستعمالات العاطفية: والتي تتضمن أحيانًا الترغيب، أو التخويف، أو إثارة مشاعر عاطفية ترتبط بالحس الإنساني.

9- تكرار المضمون مع تنويع الشكل: بحيث لا يصاب المتلقي بالملل.

10- الاعتماد على الصور والرموز: في عالم أصبحت فيه الصور والرموز تشكل معاني الأشياء وتحدد ملامح

العالم الخارجي والعلاقات بين الأشياء يكون من الضروري الاعتماد في تصميم البرامج الإعلامية وتنفيذها على الصور والرموز الموحية، والتي تلخص وتكثف المعاني والمشاعر، وتخلق عالم من الدلالات والرموز.

رابعاً: الساعات الأولى من الأزمة:

إن الساعات الـ 24 الأولى من الأزمة هي المرحلة الحرجة؛ حيث تكون الجماهير في حاجة ماسة لمعرفة ماذا حدث؟ وكيف حدث؟ وما الذي سيحدث؟ لذلك من الضروري تقديم ما يتوافر لديك من معلومات، وتذكَّر دائمًا أن وسائل الإعلام المحلية والأجنبية تتنافس معك، ويحاول كل منها إحراز السبق الإعلامي، وتقديم ما لديه من أخبار ومعلومات عن الأزمة التي تتعرض لها.

إن **الدرس الأول** يتمثل في ضرورة المبادرة بتقديم الأخبار والمعلومات عن الأزمة. وهنا تلعب خبرة المسئولين عن إدارة الأزمة إعلاميًّا دورًا كبيرًا في سرعة الاستجابة على نحو سليم.

أما **الدرس الثاني** فهو ضرورة أن يكون لديك قصة إخبارية عما حدث؟ وكيف حدث؟ ولماذا حدث؟ وما الإجراءات التي قامت بها الهيئة التي تتحدث باسمها؟ وكذلك ما الخطوات القادمة؟ وما الحلول المقترحة؟

و**القصة الخبرية** المقدمة للجمهور - سواء اتخذت شكل بيان صحفي أو تصريح أو مؤتمر صحفي- يجب أن تشمل تغطية القاعدة الصحفية الشهيرة الخاصة بالإجابة على التساؤلات الخمسة: ماذا؟ وأين؟ ومتي؟ ولماذا؟ ومن؟ بالإضافة إلى كيف؟ مع إبراز الجهود والإجراءات التي اتخذتها أو ستتخذها.

الدرس الثالث التركيز على الجهود التي بذلتها مؤسسات المجتمع وهيئاته لمواجهة الأزمة واحتوائها وعلاج الأخطاء، بدون أية محاولة للتنصل من المسئولية.

الدرس الرابع يتلخص في الاختصار، واستخدام كلمات واضحة بسيطة معبرة، والاعتماد على لغة مؤثرة تعكس الثقة في النفس، بالإضافة إلى استخدام الصور والرسوم والخرائط. وفي هذا الإطار فإن البيان الصحفي يجب ألا يتجاوز 250 كلمة، أما التصريح أو الخبر الصحفي فيجب أن يكون بين 75-150 كلمة، ويستغرق نصف دقيقة إلى دقيقة واحدة.

المداخلة الخامسة

الأمن الإنساني للمرأة في المجال السياسي

أ. د. بلقاسم بن روان

مقدمة:

لعل قضية تمكين المرأة سياسيًّا وتعزيز مشاركتها الفعَّالة في العمل السياسي مازالت منقوصة بشكل ملحوظ، ولم تحظ باهتمام كبير على أجندة الأحزاب السياسية الحكومية أو المعارضة بشكل عام في العالم؛ وذلك بسبب الواقع الاجتماعي السائد ورسوخ النظرة الدونية للمرأة.

تعد مشاركة المرأة في الحياة السياسية مؤشرًا ومقياسًا لتقدم المجتمع وتحضره، ومن أجل ضمان تواجد المرأة في العملية السياسية في المجتمع وتعزيزه يجب تطوير مشاركة المرأة في الأحزاب والحركات السياسية والاجتماعية المختلفة، ومنظمات المجتمع المدني التي تهتم بمختلف قضايا المجتمع، أو تسعى إلى فتح الطريق أمام المشاركة السياسية للمرأة وإبراز دورها.

أولًا: مفهوم الأمن الإنساني:

حدد برنامج الأمم المتحدة للتنمية خارطة للأمن الإنساني ذات سبعة أبعاد حركية متكاملة، وهي:

1- **الأمن البيئي:** ويُقصد به خلق السياسات والآليات والقوانين التي تدرج في منطقها التسيري العقلاني ضرورة حماية البيئة من التلوث كشرط أساسي لاستمرار الحياة.

2- **الأمن الصحي:** ويُقصد به تمكين الإنسان من العيش في بيئة تؤمنه من الأمراض، كما توفر له أيضًا الحق في العلاج وفي الاستشفاء وفي الوقاية منها.

3- **الأمن الغذائي:** والذي يستدعي توفير الغذاء الصحي الكافي وباستمرار بشكل يحقق توازنًا في نمو الإنسان وفي بقائه في صحة جيدة. مع توافر الجهود الدولية من أجل منع وقوع كوارث المجاعة وسوء التغذية.

4- **الأمن الفردي:** والخاص بتمكين الإنسان من تحقيق خصوصياته العقائدية واللغوية والثقافية. وكذلك تمكين الفرد من تكوين عائلة، وتحقيق الطموح في ظل نظام مجتمعي قائم على التساوي في الفرص والعدالة في التوزيع.

5- **الأمن الثقافي:** ويقتضي التمكين الفعلي للأقليات من حقوقها الثقافية دونما استثناء تحت ذريعة أمن الدولة أو ضرورات التجانس والتوافق المجتمعي.

6- **الأمن المجتمعي:** خلق توازن فعلي بين الخصوصية (الثقافية/ الدينية/ اللغوية/ العرقية) وضرورة بناء منطق الاندماج القومي للمواطنين في بناء مجتمع تعددي وعادل.

7- **الأمن السياسي:** تمكين المواطنين من حقوقهم المدنية والسياسة في ظل نظام ديمقراطي تشاركي، بما في ذلك تمكين المرأة سياسيًّا.

وبالنظر لهذه الأبعاد الكلية يمكن القول إن الأمن الإنساني معرفيًّا هو تعبير فعلي عن رغبة عالمية لتدارك الأخطار والتهديدات التي رسمت لمستقبل نظام عالمي رأسمالي عماده الكوارث الإنسانية في جميع صورها. رغم أن المرأة في جميع أنحاء العالم تسهم إسهامًا كبيرًا في الاقتصاد وسوق العمل من خلال عملها المأجور وغير المأجور، في المحيطين العام والخاص فإن عدم المساواة المستمر في الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والسياسية يسهم في إدامة تبعية المرأة، وجعلها أكثر عرضة للانتهاكات.

ما من شك في أن المناصرين للمرأة من جميع أنحاء العالم أصبح لديهم إدراك متزايد بوجود ارتباط أساسي وجوهري بين عددٍ من القضايا من قبيل: العنف ضد المرأة، وحرمان المرأة من حقوقها المتساوية في الملكية والميراث، والتمييز ضد المرأة في مجالات الصحة والتعليم والتوظف والمشاركة السياسية، وحرمان المرأة من حقوقها الإنجابية والجنسية، والتمييز في حصولها على المياه والطعام بشكل آمن. تلك الحقوق لا غنى عنها في الحياة اليومية للمرأة، ولانتهاكها تأثير سلبي على أنحاء متعلقة **بالنوع الاجتماعي**، وهو ما يؤكد وضع المرأة غير المتساوي داخل أسرتها، وجماعتها، ومجتمعها. فالمساواة في القانون لا توفر في حد ذاتها مساواةً على أرض الواقع. المساواة الحقيقية تتطلب أن تُترجم الحقوق، وأن يتم تصميم السياسات والبرامج – التي يتم إنفاذ الحقوق من خلالها – بصورة تكفل القضاء على الجور المؤسس اجتماعيًّا والواقع على المرأة. ويجب أن يتم تقييم مدى ملاءمة التوجه المُتخذ لتنفيذ الحقوق بمقارنته بالظروف الراهنة للمرأة، وأن يتم تقييمه أيضًا في ضوء تأثير السياسات، والقوانين، والممارسات المسطرة. إن "مسئوليات المرأة المتعلقة بالحمل وتربية الأطفال تؤثر على حقها في الحصول على التعليم والعمل وغير ذلك من الأنشطة المتصلة بنموها الشخصي. كما أن تلك المسئوليات تلقي على عاتق المرأة أعباء عمل مجحفة. ولعدد الأطفال والفترة بين إنجاب طفل وآخر أثر مماثل على حياة المرأة، كما أنهما يؤثران على صحتها البدنية والعقلية، وكذلك على صحة أطفالها[1]".

(1) التقرير السنوي الدولي الذي يصدر في سويسرا عن المنتدى الاقتصادي العالمي حول المساواة بين الجنسين.

ثانياً:المشاركة السياسية للمرأة ضمانة لأمنها الإنساني:

من المعلوم أن المعاهدات والاتفاقيات والمواثيق الدولية والعربية تزخر بتأكيد المساواة وتكافؤ الفرص بين الذكور والإناث بنصوص ضمنيّة حينًا وصريحة حينًا آخر، وتدعو إلى تقليص أو إزالة الفجوة في الأوضاع والمستويات المتعلقة بالنوع الاجتماعي، وتشتمل على كثير من عناصر حقوق الإنسان وأبعاد الأمن الإنساني. ولكن قلما تتناول العلاقات التبادلية أو الاندماجية بين المشاركة السياسية للمرأة والأمن الإنساني. إن الدساتير والقوانين والأنظمة العربية، تظهر بوضوح النهج المبني على المساواة وتكافؤ الفرص بين الذكور والإناث، غير أن تطبيق هذه التشريعات وأثرها على المكوّنات والعناصر المختلفة للأمن الإنساني للمرأة يحتاج إلى مجهودات إضافية تتمثل خاصة في الحاجة لمعالجةٍ أفضل لقضايا النوع الاجتماعي، والصورة النمطيّة للمرأة في وسائل الإعلام والمناهج والكتب المدرسية. ورغم الجهود المبذولة لتمكين المرأة العربية، إلا أن المحصلة العامة الراهنة تعطي صورة قاتمة نسبيًّا؛ وهذا نظرًا للحكم الخاطئ على أوضاع المرأة، والذي ينطلق من مقاربتين متناقضتين:

المقاربة الخطية:

هي المقاربة التاريخية التي تقارن الواقع الراهن للمرأة بالماضي القريب، ويغلب الجانب الإيجابي على التقييم في ظل هذه المقاربة؛ حيث تعتبر أن حال المرأة العربية الآن أفضل بكثير مما كانت عليه شقيقتها قبل نصف قرن مثلًا، وهذا هو الخطاب الرسمي السائد.

المقاربة الأفقية:

وهي الأكثر دقة وصوابًا، والأوثق صلة بالواقع المعيش، حيث تتم المقارنة بما وصلت إليه المرأة في العالم، وبخاصة في المناطق ذات الشروط والظروف القريبة من تلك التي تميز المجتمعات العربية (إفريقيا، آسيا، أمريكا اللاتينية، أو ما يعرف بالعالم النامي). هذه المقاربة أفضل بكثير، ولا تنطوي على مخادعة النفس. والواقع إنها مقاربة أكثر شفافية وأكثر علمية، وهذا هو الخطاب المغيب.

تقرير الأمم المتحدة للتنمية الإنسانية العربية حول تمكين المرأة، والذي صدر عام 2005م[2]. حدد معايير المساواة بين الرجل والمرأة والهادفة إلى تضييق الفجوة بينهما فيما يلي:

- التحصيل العلمي.

- المشاركة الاقتصادية.

- التمكين السياسي.

- الرعاية الصحية.

والمنهج الذي يتبعه هو تقييم تمكن المرأة من الوصول إلى ما هو متاح، بغض النظر عن مستوى ما هو متاح؛ وذلك بهدف عزل عامل الغنى والفقر للدول، أي أنه ليس مهمًّا إن كانت المصادر والفرص المتاحة وفيرة أو نادرة، بل المهم هو إمكانية وصول المرأة لهذه المصادر والاستفادة منها مقارنة بإمكانية وصول الرجل للمصادر نفسها. ووفقًا لما يشير إليه التقرير، تحتل الدول العربية ذيل الترتيب؛ حيث تحتل تقريبًا المواقع العشرين الأخيرة من ضمن 128 دولة، لكن صورة هذا التدهور تأخذ أبعادًا مؤلمة أخرى عند التأمل في ترتيب الدول العشرين الأولى. فضمن هذه القائمة نجد طبعًا الدول الاسكندنافية وبعض الدول الأوروبية، كما أن هناك دولًا ينظر إليها كثير من العرب بنظرة دونية احتلت مواقع متقدمة. فمثلًا احتلت الفلبين الترتيب السادس، بينما احتلت سيريلانكا الترتيب الخامس عشر (وكلتاهما يُنظر إليهما عربيًّا على أنهما من البلدان المصدرة للخادمات فحسب!). وهناك أيضًا جنوب إفريقيا التي احتلت الترتيب العشرين، كما احتلت كوبا الموقع الثاني والعشرين. الولايات المتحدة جاءت بعد كوبا بتسعة مواقع لتحتل الموقع الحادي والثلاثين، بينما جاءت إسرائيل في الموقع السادس والثلاثين. ويحتوي الترتيب على مفاجآت أخرى، أهمها ترتيب فرنسا في الموقع الحادي والخمسين، وإيطاليا في الرابع والثمانين. إن ما يدفع مجتمعات مثل الفيليبين وسيريلانكا وكوبا إلى مقدمة الدول التي حققت مساواة بين الجنسين، وفق المعايير الأربعة المعتمدة في التقرير، **هو اتساع نطاق التعليم والرعاية الصحية على أوسع نطاق؛** حيث إن نسبة الأمية بين الإناث في هذه الدول قريبة من الصفر (أو صفر كما هي في حالة كوبا). أما المعيار الآخر الذي يزيد من تدهور «تمكين المرأة» في المجتمعات العربية - وبالتالي يدفع هذه المجتمعات إلى أسفل قوائم التصنيفات الدولية- هو غياب دور المرأة

(2) http://www.weforum.org/en/initiatives.

في **الشأن العام**، وتواضع إسهاماتها الاقتصادية والسياسية. وإذا كانت الدولة تتحمل المسئولية الأكبر في تخلف المعيارين الأولين بشأن المرأة: التعليم والرعاية الصحية، فإن المعيارين الآخرين يتحمل المجتمع المسئولية الأكبر عن ترديهما. فكلا الأمرين: المشاركة في الشأن العام والمشاركة الاقتصادية، يواجهان إعاقات **اجتماعية وثقافية** مردها سيطرة الثقافة التقليدية البالية.

رابعاً: واقع المرأة العربية والمشاركة السياسة:

إن تحقيق المشاركة السياسية للمرأة مرتبط بحدوث تحسن في حالة المرأة وبمظاهر التعصب ضدها الذي يشكل أكثر مظاهر الإجحاف تفشيًا في مجتمعاتنا لأنه يؤثر عمليًا في نصف عدد سكان العالم، ويؤدي إلى عدم شعورهن بالأمن والأمان. وأكدت الوثائق الدولية أن هناك علاقة وثيقة بين مفاهيم تمكين المرأة ونهوضها والأمن الإنساني. ويشمل الأمن الإنساني توفير الغذاء والمسكن والصحة والتعليم، والتخلص من العنف، والحماية أثناء الصراعات والنزاعات والأزمات، واحترام حقوق الإنسان، ودور المجتمع المدني كشريك في توفير الأمن الإنساني.

عربيًا كانت جيبوتي أول دولة عربية تمنح المرأة الحق السياسي عام 1946م، لكنها لم تمنحها حق التصويت في الانتخابات إلا مع حلول عام 1986م، ورغم ذلك لم تدخل إلى البرلمان حتى الآن إلا امرأة واحدة. وفي لبنان حصلت المرأة على حق التصويت والترشح عام 1952م، لكنها لم تنجح في دخول البرلمان إلا عام 1991م، في حين حصلت شقيقتها السورية على حق التصويت عام 1953م، ودخلت البرلمان السوري بعد عشرين عامًا من ذلك التاريخ. ولا يختلف الأمر كثيرًا في مصر، حيث حصلت المرأة هناك على حق التصويت عام 1956م، لكنها كانت سباقة إلى دخول البرلمان بعد عام واحد فقط لتكون أول امرأة عربية تشارك في العمل البرلماني. وفي عام 1959م حصلت المرأة التونسية على حق العمل السياسي تصويتًا وترشحًا، تلتها موريتانيا التي أقرت هذا الحق عام 1961م، لكن المرأة الموريتانية لم تصل إلى البرلمان إلا في عام 1975م. وبالنسبة للمرأة الجزائرية، فقد حصلت على حق التصويت والترشح عام 1962م، ونجحت في دخول البرلمان في العام نفسه، وأعقبتها المرأة المغربية في الحصول على هذا الحق بعد عام واحد، لكنها انتظرت حتى عام 1993م من أجل الدخول إلى البرلمان. ثم جاءت المرأة السودانية التي حصلت على حقها السياسي عام 1964م، ثم الليبية في العام نفسه، ثم اليمنية التي حصلت على

حق التصويت والترشح عام 1967م، لكنها لم تدخل البرلمان حتى عام 1990م. أما المرأة الأردنية فقد حصلت على حقها السياسي عام 1974م، ودخلت البرلمان عام 1989م، في حين حصلت المرأة العراقية على حق التصويت والترشح عام 1980م، ودخلت البرلمان في العام نفسه. وخليجيًّا حصلت المرأة العمانية على حق العمل السياسي عام 1994م، أي قبل أربع سنوات من شقيقتها القطرية، بينما التحقت المرأة الكويتية بالقطار عام 2005م، رغم أن محاولاتها للحصول على حق العمل السياسي بدأت عام 1971م.

المشاركة السياسية للمرأة تعني الإسهام في تغيير المجتمع العربي سعيًا إلى تكريس توزيع جديد للعمل الاجتماعي والسياسي على أساس القدرة والكفاءة لا على أساس الجنس. ولا شك في أن مسألة تقييم مشاركة المرأة العربية في الحياة السياسية تتطلّب رؤى تحليلية واضحة لاستقراء البعد التاريخي لهذه المشاركة، خاصّة عندما يتعلّق الأمر بمسألة المساواة بين النساء والرجال في بلداننا.

ولعلّ التردّد في تبنّي رؤية جريئة وواضحة لمنزلة المرأة في مجتمعاتنا العربية هو الذي شكّل عائقًا كبيرًا طوال القرن الماضي أمام نهضة العرب الشاملة؛ وهو ما انعكس سلبًا على واقع المرأة العربية، وخاصّة في مستوى مشاركتها في الحياة السياسية؛ حيث يبرز جليًّا في العالم العربي، وبدرجات متفاوتة، **ضعف تواجد المرأة في السلطة ومراكز اتّخاذ وصنع القرار، وفي المجالس الانتخابية**، مثل: البرلمانات، والمجالس البلدية، كما يبرز حرمانها في بعض البلدان العربية من أبسط حقوقها السياسية كحقّ الترشّح والانتخاب، **كما أنّ نسبة العضوية من النساء في الأحزاب السياسية والجمعيات ضعيفة جدًّا**، ولا تتناسب ودورهنّ في الحياة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية. فالتركيز على الميادين الإستراتيجية مثل: التربية، والثقافة، والتنمية الاجتماعية والسياسية، هو المدخل الأمثل لتحقيق نقلة نوعية لأوضاع المرأة في البلدان العربية؛ حيث إنّ المرحلة الراهنة تقتضي المبادرة بالقضاء على مختلف أشكال التمييز ضدّ المرأة في الأسرة، وفي ميادين الشغل، وفي فضاءات النشاط الاجتماعي والاقتصادي والسياسي، وفي أجهزة الإعلام المختلفة، وترسيخ حقوقها تشريعًا وممارسة، بالاعتماد على مناهج واضحة لتطوير العقليات، انطلاقًا من مرحلة الطفولة ومن البرامج المدرسية الموجّهة إلى مختلف مستويات التعليم إلى فضاءات المجتمع المدني وأجهزة الإعلام؛ حتّى نربّي أجيالنا على ثقافة حقوق الإنسان، وعلى قيم العدالة ومبادئ المساواة.

خامساً: المعوقات التي تعترض المشاركة السياسية للمرأة:

- المركزية الشديدة في صنع القرار، التي تُفقد الأطر الإدارية والسياسية المحلية دورها ووزنها.

- هشاشة التواصل والتفاعل الجاد بين الهيئات الرسمية وهيئات المجتمع المدني.

- ظاهرة هيمنة الحزب الواحد والتفكير الواحد وضعف الأحزاب السياسية.

- قضية المرأة وحقوقها لم تدخل بعد في صميم العملية التنموية الشاملة في بلداننا العربية.

- سيادة المفاهيم البالية أو المعادية لحقوق المرأة في المجتمع، وعدم تقبل المجتمع لعمل المرأة في المجال السياسي.

- عدم وعي المرأة بأهمية مشاركتها في العمل السياسي.

- سيادة التسلط الذكوري على إدارة الدولة ومؤسساتها وسوق العمل والاقتصاد في بلداننا، وحتى في الدول الأوربية الغربية، واحتكار المناصب العليا من قبل الرجال.

- توظيف النساء في أعمال خدمية تقليدية؛ وبالتالي تدني رواتب النساء، وضعف موقعهن الوظيفي والاقتصادي والذي يعد من العوائق الكبيرة أمام تمكين المرأة كي تصبح عنصرا مهمًّا ومؤثرا في مؤسسات صنع القرار.

- تقسيم الأدوار التقليدية بين الرجل والمرأة في الأمور الاجتماعية والأسرية؛ حيث تتحمل المرأة دومًا العبء الأكبر في تربية الأطفال ورعاية الأسرة.

- دور الصحافة ووسائل الإعلام المختلفة - وخاصة الصحافة الإلكترونية سريعة الانتشار المستندة إلى الفكر الذكوري- في ممارسة التشويه الفكري للمرأة، وإبقائها أسيرة أفكار تسهم في الحط من قدراتها على المشاركة الفعَّالة في النشاطات العامة في المجتمع.

- قلة وجود منظمات نسويه ناشطة في الدفاع الحقيقي عن المرأة دون التبعية لأحزاب سياسية مناهضة لحقوق المرأة، وخاصة في الدول العربية والإسلامية ودول العالم الثالث، التي تكتفي بإيجاد لجان نسويه تهدف إلى تمرير سياساتها، وتسويق برامجها، وكسب عناصر وكوادر نسائية.

- ارتفاع نسبة الأحزاب اليمينية في السلطة في الدول الغربية؛ ومن ثم تصاعد الحركات العنصرية ضد الأجانب بشكل عام، وفرض واقع بائس على النساء.

- تفشي ظاهرة الفقر في كثير من دول العالم، وحصول المرأة على حصة الأسد من الفقر العالمي، وخاصة في القارة الإفريقية والأسيوية؛ مما يودي إلى انتشار ظاهرة الاتجار بالنساء من تلك الدول الفقيرة إلى الدول الغنية، كذلك انتشار ظاهرة استعباد المرأة.

- ظاهرة تفشي الأمية وانخفاض المستوى التعليمي للنساء في كثير من الدول العربية ومناطق دول العالم الثالث يعرقل مساعي الارتقاء بنسب التمثيل السياسي للمرأة.

- عدم النظر إلى المشاركة السياسية كحق من حقوق الإنسان ككيان موحد غير قابل للتجزئة والتقييد، كما أن الواقع السائد المتعلق بالحقوق السياسية للمرأة في الدول العربية لا يتجاوب مع هذا التصور.

- الهوة الفاصلة بين ما تنص عليه معظم دساتير الدول العربية، وبين ما تضعه بقية القوانين الأخرى من قيود على ممارسة هذه الحقوق.

- التأثير الظاهر لحركات الإسلام السياسي وانعكاساته على تسيير السلطات، وخاصة على الممارسة النسائية السياسية.

- ضعف التجارب الديمقراطية في البلدان العربية الذي تؤثر سلبًا في التمتع بالحق في المشاركة عامة، والمشاركة السياسية خاصة، في ظل غياب الحراك الديمقراطي والاجتماعي العام، والذي غالبًا ما يكون موسميًّا، وكذلك على محدودية الدور الاجتماعي لحركة حقوق الإنسان عامة، وحركة حقوق النساء خاصة.

- صورة المرأة في الكتاب المدرسي، وأثر ذلك على إقدامها على الحياة السياسية أو قبولها فيها.

- العنف يبدأ داخل الأسرة، ويمتد إلى المجتمع، ويرتبط بالموروث الثقافي الذي يقوم على مبدأي الإخضاع والسيطرة، ويؤثر على المشاركة السياسية بإنشائه علاقة غير متوازنة بين النساء والرجال.

المداخلة السادسة

الإخراج التلفزيوني، "البرامج السياسية" نموذجًا:

د. عمار بوسعدة

الإخراج التلفزيوني.

البرامج أو الحصص السياسية نموذجاً.

مفهوم الإخراج:

الإخراج هو رواية لقصة إخبارية أو درامية، كما يعد أيضًا إدارة للعمل الفني أيًّا كان نوعه، (إعلامي أو درامي) يمثله شخص مسئول مسئولية شبه مطلقة عن المُنتج النهائي، ويسمى المخرج.

و يعتد الإخراج جزءًا مهمًّا من العملية الإنتاجية في التلفزيون؛ حيث يكون المُنتج أخبارًا أو برامج "حصصًا" أو دراما. ويتولى المخرج كيفية ظهور الشكل والمضمون النهائي للمُنتج التلفزيوني، وهذا من خلال خبرة مسبقة أو دراسة أكاديمية في هذا المجال، ويقوم بهذا العمل بمساعدة طاقم متخصص[1].

و هناك أنواع عديدة من الإخراج تختلف باختلاف الوسيلة الإعلامية وخصوصيتها، فنجد الإخراج المسرحي، والسينمائي، والإذاعي، والتلفزيوني، والإلكتروني.

الإخراج التلفزيوني:

الإخراج التلفزيوني هو ترجمة المخرج من خلال إبداعه وحسه الباطني للسيناريو المكتوب على الورق إلى صوت وصورة بواسطة مجموعة من اللقطات التلفزيونية المتسلسلة يكون لها دلالات سيميولوجية، تعبر عن رسالة إعلامية اتصالية معينة يستهدف تمريرها من قبل القائم بالاتصال بغرض الإقناع والتأثير، ثم الاستجابة بتغيير أو تثبيت السلوكيات والاتجاهات. وتطلق كلمة إخراج على المعالجة الفنية لنص من النصوص المكتوبة[2]، حتى يمكن تقديمه بالطريقة المناسبة التي تلائم طبيعة التلفزيون كوسيلة إعلامية سمعية بصرية.

فالإخراج التلفزيوني هو الأساس الذي تبنى عليه بقية العناصر في التلفزيون، وهي: التقديم، والتصوير، والديكور، والمونتاج، والمزج أو "المكساج"، والبث[3].

---

(1) ليلى العقاد. الإخراج والإنتاج الإذاعي والتلفزيوني- المطبعة الجديدة- دمشق- سوريا- 2003م - ص 33.

(2) ليلى العقاد. مرجع سبق ذكره- ص41.

(3) ليلى العقاد. مرجع سبق ذكره- ص41.

من هو المخرج التلفزيوني؟

هو الشخص الذي يقوم بتنفيذ العمل التلفزيوني وإخراجه. وهو المسئول الأول والأخير عن نجاح أي برنامج تلفزيوني منذ ولادة فكرته حتى ظهورها على الشاشة الصغيرة[4].

صفات المخرج التلفزيوني ومؤهلاته:

يشترط أن تتوافر في المخرج التلفزيوني صفات ومؤهلات ضرورية عديدة تتمثل فيما يلي:

- توفر المؤهل الجامعي.
- التحكم في اللغة العربية وفي بعض اللغات الأجنبية، خاصة الإنجليزية والفرنسية.
- القدرة على التعبير عن الأفكار والكتابة للصورة التلفزيونية.
- القدرة على تحصيل المعرفة وفهم الآخرين من خلال القراءة والاستماع.
- المستوى المعرفي الجيد بالموضوعات التي يكتب فيها.
- المعايشة الكاملة للواقع والإحساس بمشكلات مجتمعه.
- القدرة على التخيل والابتكار.
- الالتزام بالمعايير الأخلاقية كالصدق والموضوعية.
- الإلمام بالتشريعات الإعلامية.
- الفهم الجيد للتلفزيون كوسيلة إعلامية ولخصائصها ومقوماتها.
- الإلمام بالثقافة العامة، والمقصود بها مجموعة المعارف والاهتمامات المتنوعة التي تشمل السياسة، والتاريخ، والاقتصاد، والمجتمع، وهذه الثقافة الموسوعية تعد جزءًا لا يتجزأ من مدركات الكاتب، ورصيدًا مهمًّا من الأفكار والمعلومات التي كثيرًا ما تعينه على أداء عمله.

(4) ليلى العقاد. مرجع سبق ذكره- ص41.

- التزود بالثقافة التي تتصل بالعمل التلفزيوني، بمعنى أن يتزود المخرج بمجموعة المعارف الأساسية والعلوم والفنون التي تتصل بالعمل التلفزيوني وترتبط به، ومن ذلك: الدراما، والموسيقى، والتذوق الفني، والتمثيل، والنظريات الأدبية والفنية والإعلامية والسياسية المختلفة، فضلًا عن العلوم والفنون التي تتصل بتخصص دقيق يكون المخرج قد اختار العمل فيه.

- المرونة والقدرة على مواجهة المفاجآت أثناء العمل، وهذا أمر تفرضه طبيعة الإنتاج والإخراج التلفزيوني أولًا وأخيرًا؛ حيث يخضع للمفاجآت والظروف المتغيرة في كثير من جوانبه.

- توافر روح النظام واحترام الوقت.

- القدرة على الإبداع الخلاق.

- ضبط النفس.

- المقدرة على استيعاب التفاصيل.

- فهم الواقع ووضوح الرؤية الاجتماعية.

- الدراسة والتدريب.

- الاتصال بجميع الأشخاص الذين يساعدونه في التنفيذ.

- التمتع بفن القيادة والعلاقات العامة.

ومن المعلوم أنه ليس كل إنسان قادرًا على مزاولة هذه المهنة إن لم يكن لديه الاستعداد الفطري إلى جانب الموهبة، ومن المؤكد أن المخرج التلفزيوني يجب أن يتمتع بخبرة مسرحيه وإلمام بالإخراج المسرحي والسينمائي؛ فالمخرج الناجح هو الذي يترجم المسرح بالتلفزيون. وللأسف فإن كثيرًا من محطات التلفزيون العربية تعتمد على بعض خبرائها من التقنيين في مجال التصوير أو الصوت، وتتيح لهم الفرصة في مزاولة الإخراج التلفزيوني دون النظر إلى قدرات هؤلاء الأشخاص العلمية والأكاديمية في مجال الإخراج واستعدادهم في النجاح في هذا المضمار أو تحسين البرامج وتطويرها؛ وهذا هو سبب التخلف والضعف الملاحظ في برامج هذه القنوات التلفزيونية.

إضافة إلى ذلك فليس كل مخرج قادرًا على أن ينفذ أنواع البرامج التلفزيونية، فمثلًا مخرج المنوعات ليست لديه القدرة على إخراج برنامج سياسي إخباري، وكذلك مخرج الدراما قد يعجز عن نقل مباراة في كرة القدم؛ إذ إن كل نوع من هذه البرامج يعد فنًّا قائمًا بذاته؛ فمخرج المنوعات عليه أن يكون ملمًّا بالسلم الموسيقي، والتذوق، والحس، والإيقاع الموسيقي كي يتسنى له ترجمة الموسيقى ترجمة صادقه إلى صورة تبهر المشاهد، ناهيك عن التذوق الموسيقي. مخرج البرامج السياسية التلفزيونية إن لم يكن ملمًّا بواقع القضايا السياسية وبالعمل والممارسة الصحفية لا يستطيع أن يبرز الأهداف المتوقعة للبرنامج ويحققها، وكذا لا يستطيع التأثير في المشاهد.

بصفة عامة فالمخرج التلفزيوني هو المشرف الأول على مختلف النشاطات التي تسهم في إنجاز مشروع الفيلم التلفزيوني أو الحصص التلفزيونية أو المسلسلات التلفزيونية والتمثيليات وغيرها من البرامج؛ فهو يتعامل خاصة مع السيناريو، ويُحَضِّر مجموعة وسائل التصوير، ويختار أعضاء الفريق المشارك في العمل التلفزيوني، من رؤساء التحرير، والمذيعين أو المقدمين ، أو تقنيي الصوت، أو المصورين، ويبحث إمكانيات وسبل التنسيق معهم. وهو مسئول أيضًا على مراقبة التركيب؛ فمخرج الفيلم أو البرنامج الإخباري التلفزيوني بمختلف أنواعه (السياسي، أو الاقتصادي، أو الثقافي، أو الرياضي، أو الفني، أوغيره)، أو المسلسل التلفزيوني ويعد هو المسئول الأول عن العمل تلفزيونيًّا. وفي بعض الأحيان نجد بعض المخرجين قد يجمعون بين مهنتي الإخراج والإنتاج، وهذا بفضل خبرتهم، وكذا تجربتهم المهنية الميدانية المعتبرة.

واجبات المخرج التلفزيوني:

تتحدد واجبات المخرج التلفزيوني فيما يلي:

– اختيار البرنامج الذي يناسب إمكاناته.

– قراءة النصوص وتحديد الملاحظات العامة والخاصة.

– تحديد المفاتيح الرئيسة للمشاهد.

– تحديد الأسلوب الإخراجي.

– تحديد زمان وقوع الأحداث ومكانه.

– تحديد طبيعة الديكور.

– الإسهام في اختيار المذيعين والمقدمين للبرامج والنشرات والمواجيز الإخبارية.

– تحديد نوع الانتقالات البصرية.

– التحاور مع أفراد فريق الإنتاج[5].

وفي كل الأحوال يجب على المخرج التلفزيوني أن يفكر أولًا في كيفية ظهور سيناريو البرنامج التلفزيوني على الشاشة، وأن يستوعب جيدًا مقومات صياغة الرسالة التلفزيونية، وكيفية استخدام كل عنصر فيها؛ لأن هذه العناصر هي مفردات لغة التلفزيون التي يصوغ بها ويعبر من خلالها عن أفكاره ومعلوماته ومشاعره وكل ما يريد توصيله للمشاهد. فالصورة، ومكوناتها، وزوايا تصويرها، وشكلها، وحجمها، والأضواء، والملابس، والماكياج، وحركات الشخصيات وإيماءاتها، كلها عناصر على المخرج أن يوضحها في تنفيذ سيناريو العمل التلفزيوني، علاوة على استخدام عناصر الصوت ومكوناته والتعبير عنه. وكل هذه العناصر المرئية والصوتية مضافًا إليها تفهم الأساسيات التقنية للتلفزيون وأجهزة الإنتاج من كاميرات، وغرفة مراقبة وتحكم، وأماكن، وأستوديوهات الإنتاج والحدود التي تفرضها، وكيفية تنفيذ الإنتاج، وهل سيتم تسجيله أو عرضه مباشرة، كل هذه المقومات تشكل فن وأساسيات الإخراج التلفزيوني.

وظائف المخرج التلفزيوني ومهامه:

1. التنسيق بين كافة جهود العاملين في الإنتاج بدءًا ممن يقفون أمام الكاميرا وحتى من يقفون خلفها.
2. الاهتمام بما ستقوم به الكاميرا وأوضاع التصوير واختيار اللقطات أثناء الإنتاج.
3. الإشراف على مرحلة ما بعد التصوير.

وبعبارة أخرى فإن المخرج هو قائد الصف الأمامي الذي يبدأ دوره من مرحلة تسلُّم النص وحتى يصل به إلى آخر مرحلة تفصيلية من مراحل الإنتاج التلفزيوني[6]. المخرج هو القائد الفني في عملية صناعة العمل التلفزيوني. وهو المسئول عن ترجمة السيناريو إلى الشاشة، والتأكد من تكامل العناصر الفنية في حدود الميزانية المتاحة للعمل الفني

(5) لوي دي جانتي، فهم السينما ترجمة: جعفر علي، دار الرشيد للنشر، بغداد، 2005م، ص89.

(6) لوي دي جانتي، مرجع سبق ذكره، ص91.

التلفزيوني. يتركز العمل الرئيس للمخرج أثناء مرحلة الإنتاج (التصوير) على توجيه الطاقات الإبداعية لمجموعة العمل والممثلين، إلا أن عمله يشمل أيضًا مراحل ما قبل الإنتاج (السيناريو، والإعداد، وما بعد الإنتاج (المونتاج)، وإن كان هذا أيضًا يعتمد على طبيعة العمل الفني التلفزيوني.

وهناك مدرستان تنظران بطريقتين مختلفتين إلى دور المخرج في صناعة العمل الفني التلفزيوني: فترى الأولى المخرج صاحب العمل الفني التلفزيوني و"مؤلفه"، بينما تراه الثانية شريكًا في العمل وقائدًا له. وقد تراجعت حديثًا نظرية المخرج المؤلف بسبب التقدير المتزايد للطبيعة التعاونية للعمل التلفزيوني. ولا شك في أن إسهامات كاتب السيناريو ومدير التصوير هي بالفعل حيوية للغاية، ومؤثرة في نجاح العمل الفني التلفزيوني.

ورغم اختلاف مساحة الدور الذي يقوم به المخرج من مشروع لآخر, فإن جوهر مهمته دائمًا هو القيادة, وهذه القاعدة تنطبق على كل أنماط الإنتاج.

أثناء التصوير يشرف المخرج على الجوانب الفنية لتسجيل كل لقطة، وذلك من خلال متابعة الملاحظات، أو من خلال السيناريو المرسوم "storyboard" أو خطة التصوير في الموقع نفسه، وهو يعمل طوال الوقت بالتعاون الكامل مع مدير التصوير. ولكن أحيانًا، وتبعًا لاحتياجات العمل الفني التلفزيوني؛ يوجه المخرج اهتمامه لقسم بعينه و لكن الحقيقة أن كل الحرف تلعب دورًا مهمًّا في صناعة العمل الفني التلفزيوني. والمخرج الناجح هو الذي يحترم قدرات كل حرفة على حدة، فيحترم أدوارها، ويشجعها حتى يستطيع في النهاية أن يحصل على أفضل أداء لكل منها.

عندما يبدأ المخرج العمل في مسلسل يجب أولا أن يفسر ويشرح نص السيناريو. وعملية تفسير النص هي عكس عملية كتابته، فكاتب السيناريو يطور القصة حول شخصيات وأفكار، بينما المخرج كمفسر، أو شارح للنص يتخلص من القصة ليحدد تلك الشخصيات والأفكار. وهذا هو المطلوب قبل أن يقوم المخرج بتقرير خطة تحويل السيناريو إلى مسلسل من خلال عدة قراءات[7].

المقصود بالتحضير الفني:

يتمثل التحضير للعمل الفني في: استيعاب مساعد المخرج لتقطيع العمل الفني التلفزيوني، وتقسيمه حسب مقتضيات التنفيذ والمخرج والميزانية، وتحديد التتابع الزمني (timing) الأولي للعمل الفني التلفزيوني.

(7) لوي دي جانتي، مرجع سبق ذكره، ص97.

ويعد الشخص المسئول عن معاونة المخرج داخل غرفة المراقبة (Control Room)، والذي يقوم بالإشراف على جهاز اختيار اللقطات والتقطيع، أحد أهم عناصر الإخراج من الناحية الفنية. ويعد هذا الشخص أيضًا مسئولًا عن التنسيق بين كافة العناصر التقنية للإنتاج. ومن المهم القول إنه في ضوء مدى ضخامة العمل الفني تكون هناك دائمًا حاجة ماسة للاستعانة بالعديد من المساعدين للمنتج والمخرج لمواجهة المتطلبات الكثيرة التي تواجه المخرج أثناء العمل في الأعمال الإنتاجية الضخمة.

وسائل الإخراج:

من أهم وسائل الإخراج التليفزيوني ما يلي:

السيناريو:

فسير نص السيناريو وعملية تفسيره هي عكس عملية كتابته، فكاتب السيناريو يطور القصة حول شخصيات وأفكار، بينما المخرج كمفسر للنص، يتخلص من القصة ليحدد تلك الشخصيات والأفكار. وحينما ينتهي المخرج من فهم وتفسير نص السيناريو، يبدأ في تحويله إلى سيناريو إخراجي (Decoupage) ويتضمن هذا تصميم اللقطات التي تستخدم لبناء المشاهد، واختيار طاقم العمل من صحفيين وتقنيين[8].

المونتاج:

وهو عملية قص المشاهد المصورة ولصقها لتخرج في رؤية درامية يحددها المخرج مع المركب، لكن في الإخراج المباشر، مثل نشرات الأخبار أو البرامج أو الحصص المباشرة، يكون اختيار اللقطات وتركيبها بشكل فوري.

إضافة إلى ذلك يشمل كذلك الإخراج التلفزيوني في إطاره العام ما يلي:

- التجارب الصوتية.
- اختيار الموسيقى.
- تحريك المذيعين والمقدمين.
- عملية التسجيل أو البث.

(8) لوي دي جانتي، مرجع سبق ذكره، ص97.

علاقة المخرج التلفزيوني بالفريق الفني:

ينسق المخرج التلفزيوني للبرامج السياسية مع مجموعة من المتخصصين في مختلف المجالات المتعلقة بإعداد البرنامج التلفزيوني وتنفيذه وهم.

مدير الأخبار:

وهو الذي يتحمل أعباء تسيير كل ما يتعلق بالمواجيز والنشرات والبرامج أو الحصص الإخبارية بمختلف أنواعها، والإشراف السياسية والاقتصادية والثقافية وغيرها من البرامج ذات المضمون الإخباري، والإشراف عليها وتحليلها.

رئيس التحرير:

وهو المسئول على البرنامج التلفزيوني في جانبه التحريري، حيث يكون مسئولًا عن تناسق مضمونه مع السياسية التحريرية للقناة التلفزيونية وخطها الافتتاحي، وكذا عن توافقه مع سيناريو البرنامج، إضافة إلى اختيار الضيوف والمتداخلين في البرنامج، وتأكيد حضورهم، وتحضير الاجتماع التحريري "Breifing"، ووضع ورقة الطريق للبرنامج.

المذيع أو المقدم:

تكون علاقة المخرج مع مذيع أو مقدم البرنامج التلفزيوني وطيدة تكون أكثر ما تكون تنسيقية، خاصة أثناء التصوير وفي البث المباشر.

كاتب الإخراج (script):

يحتاج المخرج دائمًا إلى كاتب أو كاتبة للإخراج، لها مسئولية تدوين ملاحظاته والتفاصيل التي تطرأ أثناء مختلف مراحل الإخراج، وكذا التنسيق مع الأشخاص الذين يسهمون في إخراج البرنامج التلفزيوني، خاصة مع مقدم أو مذيع البرنامج لتنبيهه بالتنسيق مع المخرج وتحت إشرافه وبإذنه إلى نهاية بث تقرير أو ريبورتاج أو تحقيق أو أي نوع صحفي، إضافة إلى التنسيق معه في المداخلات المباشرة للمراسلين والشخصيات السياسية وغيرها؛ وهذا لتفادي الأخطاء ومساعدة المخرج.

مسئول الكتابة الإلكترونية:

هو شخص له مسئولية تصميم العناوين وأسماء الشخصيات وكتابتها لتظهر على الشاشة بإشراف المخرج.

مدير الأستوديو:

ينسق المخرج مع مدير الأستوديو، سواء للبرامج المسجلة، أو المباشرة، والتي تستلزم تنفيذًا فوريًّا.

مدير التصوير:

تمثل علاقة المخرج بمدير التصوير أهمية خاصة أثناء تنفيذ البرنامج التلفزيوني؛ لأن لمدير التصوير دورًا في غاية الأهمية من خلال مسئوليته عن تكوين الصورة أثناء عملية التصوير، كما أنه يتحكم بدرجة كبيرة في تصميم موقع التصوير؛ وبالتالي في تصميم الصورة المرئية النهائية للعمل الفني التلفزيوني. وفي بعض الأحيان عندما يكون هناك خلل في التصوير فقد يسبب هذا نوعًا من التوتر بين المخرج ومدير التصوير؛ ولذا فالحصول على علاقة جيدة بينهما يجب أن يكون هناك نوع من التفاهم المتبادل والتكامل في أسلوب كل منهما[9].

مدير الإضاءة:

هناك العديد من المتخصصين الذين يحتاجهم العمل الفني التلفزيوني، ولعل مدير الإضاءة يعد أحد أهم العناصر الفنية في التنفيذ؛ إذ يبدأ بوضع خطة للإضاءة، وتحديد احتياجاته من الأجهزة المستخدمة، وترتيبها، ويقوم بتوزيع الإضاءة، ويشرف عليها؛ حيث إن عنصر الإضاءة من أهم العناصر التي تميز الإنتاج التليفزيوني.

يحدد خبراء الإضاءة في التلفزيون عدة وظائف في العملية الإخراجية للبرنامج التلفزيوني، وهي:

- إعطاء الإضاءة القوة التي تكون معبرة أكثر للصورة.
- إضفاء البريق على أجزاء الصورة.
- الإيهام بالبعد الثالث.
- تدعيم وهم الحقيقة.

(9) كرم شلبي، مرجع سبق ذكره، ص72.

- إبراز الجودة العالية للصورة.

- جذب انتباه المشاهد.

وللإضاءة عدة مصادر مختلفة، تتمثل فيما يلي:

- مصادر طبيعية، مثل ضوء الشمس عندما يكون التصوير خارج الأستوديو.

- مصادر اصطناعية، مثل الأضواء الكاشفة عندما يكون التصوير داخل الأستوديو. وهذه المصادر الاصطناعية تنقسم إلى قسمين: كهربائية وغير كهربائية[10].

ولمعالجة مشكلات الإضاءة في العملية التصويرية للبرامج التلفزيونية يجب اعتبار ما يلي:

- الكثافة.

- اتجاه الضوء.

- النسبية في الضوء.

- طبيعة الضوء.

مع العلم أن الإضاءة تتمثل في عدة أنواع تختلف حسب الغرض من استخدامها ووظيفتها في الظهور الجيد للصورة التلفزيونية، وهي:

- الرئيسة.

- الخلفية.

- المكملة.

- الخاصة بالديكور.

ولضمان نجاح الإضاءة الخلفية يجب أن تكون الأضواء الكاشفة على نقطة دون أن يظهر وهجها في الصورة.

أما الإضاءة الرئيسة والمكملة فهي ناعمة تستخدم لإضاءة المساحات المظللة داخل الأستوديو. كما نجد كذلك أنواع أخرى من الإضاءة، هي:

(10) كرم شلبي، مرجع سبق ذكره، ص75.

- الإضاءة الأمامية.

- الإضاءة السطحية.

-الإضاءة الجانبية.

وتستخدم الإضاءة السطحية بهدف عدم إضاعة عمق المنظر وجلب التناسق والتناسب فيه. ونجد هناك عدة قواعد أساسية وضرورية يجب أن يلتزم بها مدير الإضاءة بالتنسيق مع المخرج، وهي:

- تحديد نوع الإضاءة التي يستعملها.

- توخي الوضوح الكامل للصورة.

- كشف مناطق الظل والعمل على تجنبها[11].

مصمم الموقع:

وفى بعض الأشكال الإنتاجية هناك شخص تتحدد مسئوليته بالإشراف على موقع أو "بلاتو" التصوير بالاشتراك مع المخرج من حيث تصميم الموقع، الدهانات والألوان وغيرها، وكل ما يتعلق بكتلة المكان المرتبطة بنوع الإخراج، سواء الواقعي أو الافتراضي.

مسئول الماكياج:

هو شخص مسئول عن الماكياج، تتحدد مهمته بالتعاون مع مصفف الشعر في التأكد من ظهور الشخصيات على الشاشة في أفضل صورة ممكنة.

مهندس الصوت:

نجد المخرج التلفزيوني يولي أهمية بالغة لمهندس الصوت، الذي يعد عنصرًا فعَّالًا وجوهريًا في العمل الفني. وعلى الرغم من أن مهندس الصوت يعمل تحت إشراف المخرج، إلا انه يعمل أكثر قربًا من مدير التصوير، حيث يجب أن يضع ميكروفونات التسجيل بطريقة غير ظاهرة في الصورة، كما يتولى تشغيل الأجهزة الخاصة بتسجيل الصوت، وتوزيع الميكروفونات في "بلاتو" التصوير، وكذلك التأكد من كفاءتها، بمعنى جاهزيتها وكذلك جودة الصوت.

---

(11) كرم شلبي.مرجع سبق ذكره.ص81.

تقني تسجيل الفيديو:

يتولى تشغيل جهاز تسجيل الفيديو وملحقاته، والتأكد من جودة التسجيل، وكذلك جودة صورة الفيديو على الشاشات.

مسئول تتابع الصور أو ملاحظ السيناريو:

هو شخص تتحدد مسئوليته في تدوين ملاحظاته على تتابع تفاصيل كل مشهد؛ للتأكد من تطابق التفاصيل فيما بين المشاهد، خاصة مع توقف التصوير؛ وذلك لتفادى الأخطاء بين اللقطات المتتابعة. وهى وظيفة مهمة للغاية، خاصة في حالة استخدام كاميرا واحدة في التصوير، فهو شخص يهتم بمراقبة تنفيذ "الديكوباج" طبقًا للقوانين التلفزيونية الموضوعة[12]. ويمكن أن نطلق عليه "مذكرة المخرج". وهو المسئول عن المحافظة على التتابع في المتغيرات من لقطة إلى أخرى أثناء التصوير، كمتابعة الحوار، والحركة، وأية تغيرات أخرى في السيناريو، وهو ما يضمن التتابع السليم بين اللقطات أثناء المونتاج. وكذلك عليه تدوين ملاحظات المخرج لكل لقطة على حدة، ويتضمن ذلك أيضًا تدوين المشكلات التي تواجه اللقطة، مع اقتراح حل لتلك المشكلات. وأخيرًا يجب أن يتم التأكد من مدى توافر الكثير من اللقطات الاحتياطية، والتى يستخدمها المونتير أو المركب بعد ذلك فى عملية المونتاج.

مسئول جهاز الكتابة الإلكترونية:

وهو المسئول عن تصميم العناوين والفقرات الافتتاحية وأسماء الشخصيات وكتابتها وتخزينها في جهاز الكمبيوتر لاستخدامها أثناء الإنتاج لتظهر على اللقطات في جهاز العرض.

مساعدو الكاميرا:

يقومون بتركيب مكونات الكاميرا لتكون جاهزة للعمل، ويتأكدون من جودتها الفنية، ويتعاونون مع المخرج ومدير الإضاءة ومهندس الصوت، ويقومون بتصوير كل لقطة سواء فى مواقع التصوير الخارجي (خارج الأستوديو) أو الداخلي(داخل الأستوديو).

المركب:

بعد الانتهاء من التصوير يقوم بالتعامل مع المادة المصورة بإشراف المخرج لوضعها في صورتها النهائية من حيث: المزج بإضافة الموسيقى والصوت والمؤثرات الصوتية والبصرية، وترتيب اللقطات، وضبط إيقاع المادة المصورة.

(12) كرم شلبي.مرجع سبق ذكره.ص88.

ويعد مونتاج العمل التلفزيوني من أهم المراحل التي يمر بها الإنتاج التلفزيوني؛ إذ يستطيع القائم بالمونتاج أن يشيد أو يهدم أي عمل فني[13].

المركب هو المسئول عن بناء الشكل النهائي للعمل الفني التلفزيوني، ويتوقف ذلك على مدى توافر اللقطات الكافية، واللقطات الاحتياطية التي قام المخرج بتصويرها. ويتوقف التحكم الإبداعي للمركب خلال المونتاج على مدى تفاهمه مع المخرج.

مهندس الديكور ومصمم الملابس:

مهندس الديكور هو المسئول عن تصميم ديكورات العمل الفني التلفزيوني كما هو مبين في السيناريو. وأما مصمم الملابس فهو المسئول عن تصميم ملابس مقدمي أو مذيعي البرامج التلفزيونية تحت إشراف المخرج.

الأشياء الواجب توافرها في ساحة الأستديو التلفزيوني:

– غرفة التحكم والمراقبة.

– "بلاتو" التصوير.

– نظام الاتصال.

– الميكروفونات والسماعات.

– أجهزة المراقبة.

– أجهزة الإضاءة.

– الديكورات.

– الكاميرات.

ينقسم نظام الاتصال إلى: نظام اتصال داخلي – نظام اللاسلكي – نظام التداخل – نظام الاتصال المباشر.

يتيح نظام الاتصال الداخلي إرسال التعليمات من المخرج إلى المقدم عبر سماعة الأذن[14].

(13) كرم شلبي، مرجع سبق ذكره، ص95.

(14) كرم شلبي، مرجع سبق ذكره، ص99.

نجد من عيوب نظام اللاسلكي أنه أحادي الجانب، يتم فيه تلقي التعليمات فقط.

يستخدم نظام التداخل في حالات النقل الخارجي.

تتعدد الميكروفونات طبقًا لمدى استجابتها للأصوات: أحادية الاتجاه – ثنائية الاتجاه – متعددة الاتجاهات.

من أنواع الكاميرات الإلكترونية الحديثة: التماثلية بيتكام (Betacam)، أو أي إم إكس (IMX) الرقمية، وهي كاميرا تحتوي على كاميرا ومسجل في جهاز واحد.

يمكن حصر الأجهزة المتصلة بالكاميرا في: مولد نبضات التزامن – وحدة مراقبة الكاميرا.

الملحقات الرئيسة لآلات التصوير الإلكترونية هي: الحوامل – الأسلاك – السماعات – علب الحفظ.

الحوامل ثلاثة أنواع:

– الحامل القاعدي.

– الحامل الثلاثي.

– حامل أستديو.

وينقسم حامل الأستديو إلى قسمين:

– العادي.

– المتحرك.

تشمل غرفة المراقبة على الأجهزة التالية:

– أجهزة مراقبة الصورة.

– مازج الصوت ومازج الصورة.

– سماعات لمراقبة الصوت.

– أجهزة الاتصال.

– ساعة التوقيت.

– أجهزة مراقبة الإضاءة.

– يوجد دائمًا في غرفة المراقبة جهاز تركيب للفحص.

– جهاز التركيب والمزج للصورة والتزود بالخدع والمؤثرات البصرية.

– مراقبة آلات التصوير.

– ضبط الوقت أثناء العمل، هناك ساعتان لهذا الغرض: ساعة عادية – ساعة التوقيت.

– أجهزة عرض للقطات.

– أجهزة التسجيل وعرض أشرطة الفيديو.

<u>تتم عملية المونتاج التلفزيوني انطلاقًا من عنصرين:</u>

– عنصر هندسي ميكانيكي.

– عنصر يعتمد على ذوق القائم بإجرائه وإحساسه.

– فهم دلالات اللغة اللفظية وغير اللفظية في التلفزيون، واللغة اللفظية تعني الكلمة أو الحوار، ويمكن أن يكون الصمت جزءًا أساسيًّا من مكوناتها، وتشمل اللغة غير اللفظية المفردات التالية:

– الشخصيات.

– الصور الثابتة.

– الصور المتحركة.

– الحركة.

– اللون.

– المؤثرات الصوتية والبصرية.

– الموسيقى التصويرية.

– الإضاءة.

– الديكور.

– الملابس.

- الماكياج.

ويحدد الخبراء عناصر عدة لنجاح اللغة اللفظية:

- امتلاك ناصية اللغة.

- معرفة مخارج الحروف.

- الإلمام بوسائل التذكير.

- التعامل مع الصوت بشكل جدي.

- فهم المادة يعني تقطيعها حسب المعنى الموجود في المضمون.

- يرى "رولان بارث" أن الصورة الثابتة تحمل بعدين:

  - بعد تعييني وصفي.
  - بعد تضميني.

تتمثل عناصر التكوين في الصورة المتحركة في:

- الشكل.

- الخط.

- الكتلة.

- الحركة.

يمكن فهم العلاقة بين الكلمة والصورة في المادة التلفزيونية بوصفها علاقة تكاملية. ويمكن التحدث عن العلاقة بين الكلمة والصورة من خلال عدة أبعاد:

- التكاملية.

- التزامنية.

- التأثير.

- إدراك الصورة التلفزيونية.

ونجد أن للحركة في المادة التلفزيونية المصورة ثلاثة مصادر: الحركة الذاتية داخل كادر الصورة - الحركة الناتجة عن القطع وسرعة تتابع اللقطات – الحركة الناتجة عن حركة آلة التصوير أو العدسة المستخدمة. ثم إن معنى الحركة ودلالتها هي التي تقرر مدى نجاح اللقطة التلفزيونية.

وتنقسم المؤثرات الصوتية في العمل التلفزيوني إلى: مؤثرات حية ومؤثرات مسجلة.

كما تلعب المؤثرات الصوتية دورًا في تحديد المكان أو الزمان، وخلق جو نفسي معين، ولفت انتباه المشاهد إلى وقوع حدث ما.

وكذلك يشترط عند استخدام الموسيقى التصويرية أن يكون لها هدف، وأن تكون متوافقة من حيث الطبيعة والسرعة مع المضمون.

خصائص الديكور التلفزيوني:

البساطة التامة، التناسب مع زمان الأحداث ومكانها، أن يناسب مساحة الأستديو، أن يستخدم خامات غير قابلة للاشتعال، أن يكون سهل النقل والتحريك، أن يتناسب مع خطة الإخراج.

هناك عوامل كثيرة تقرر نوع الديكور في الإنتاج التلفزيوني، من أهمها: مساحة الأستديو، ومدى ارتفاع شبكة الإضاءة فيه.

أما وظائف الديكور التلفزيوني وأهدافه فهي:

- تحديد معالم الصورة المكانية والزمانية.
- توصيل الحقائق والمعلومات والأحداث المهمة.
- الإيحاء بالمعاني الكثيرة والإيحاءات التي يخلقها، كجو الحزن والفرح.
- الجذب البصري للمشاهد وخلق ألفة بينه وبين المكان.
- إعطاء الإحساس بواقعية المكان[15].

(15) صلاح أبو سيف، السينما فن، دار المعارف، القاهرة، 1999م، ص42.

أغراض الملابس وأدوارها:

- تحديد ملامح الشخصية.
- خلق مؤثرات نفسية بالغة الدلالة.
- تعبر عن الجو الصادق.
- تلعب دورًا جماليًّا.
- تمييز الفئات أو الجماعات المشتركة.
- التعبير عن فترة زمنية تاريخية معينة.
- يمكن أن تعكس تطورًا في القيم الاجتماعية والثقافية.

شروط اختيار الملابس للمقدم أو المذيع:

- البساطة وملاءمة الذوق الاجتماعي.
- التناسب مع العناصر الإنتاجية الأخرى.

أغراض الماكياج:

- تجميل الشخصية التلفزيونية، مثل المذيع أو المقدم أو الضيوف وغيرهم.
- إضفاء بعد درامي على الشخصية.
- إعطاء نوعية جيدة لظهور الشخصية في الصورة.
- عمل تصحيحات معينة تفيد الإضاءة المستعملة.

خصائص التلفزيون التي تؤثر في تكوين الكادر أو إطار الصورة:

- حجم الشاشة.
- أبعاد الشاشة.
- شاشة التلفزيون ذات البعدين فقط.
- ضرورة مراعاة الحركة داخل المشهد[16].

(16) صلاح أبو سيف، مرجع سبق ذكره، ص5.

زوايا الصورة التلفزيونية:

- زاوية موضوعية، يرى المشاهد فيها الأحداث كأنه يعيشها.
- زاوية وجهة النظر، من خلالها يتابع المشاهد الأحداث وكأنه مرافق لأحد الأشخاص.
- زاوية ذاتية، تؤدي إلى اشتراك المشاهدين فيما يرونه.

الاعتبارات الفنية الجمالية لتكوين الصورة:

- تنظيم عمق الشاشة.
- تنظيم منطقة الشاشة.
- تحديد ميدان الرؤية.
- تنظيم الحركة داخل الشاشة وتحديد حركة الكاميرا.

ويقصد بالإخراج في عمق المجال ترتيب الشخصيات أو الأشياء وفق أبعادها. وهناك عدة أغراض يمكن أن يحققها عمق المجال بمعنى (عمق الشاشة)، وهي:

- يسمح للمخرج بالاستفادة من تحرك الشخصيات داخل إطار الصورة.
- يتيح للمشاهدين الإسهام الإيجابي في عملية الإخراج.
- يعطي إمكانية إدخال شخصيات في إطار الصورة أو إخراجها منها.
- يساعد على مضاعفة تأثير المنظر الرئيس.
- يضع المشاهد في علاقة مع الصورة أقرب إلى العلاقة التي بينه وبين الواقع.
- تبرز أهمية عمق المجال عندما لا يستطيع المخرج أو المصور التحكم بالأحداث.
- كما يساعد عمق المجال على مضاعفة تأثير المنظر الرئيس من خلال ظهور المناظر الخلفية.

القواعد التي يجب مراعاتها عند تكوين عمق المجال (عمق الشاشة) هي:

- عدم حشد شخصيات في صورة واحدة على نحو يظهر شخصًا لا ضرورة له.
- شغل المقدمة باللقطات البعيدة.
- في لقطات أعلى الكتف لا ندع شخصًا يغطي جزءًا من وجه شخص آخر أو يخفيه.
- يجب أن يوضع العمق البؤري للعدسة في الاعتبار[17].

تباين العمق البؤري:

يكون هناك تباين للعمق البؤري تبعًا للعوامل التالية:

- زاوية العدسة.
- المسافة بين العدسة والجسم.
- قوة الإضاءة.

وكلما زاد اتساع زاوية العدسة زاد العمق الخاص بها في العمق البؤري، وكلما زادت المسافة بين العدسة والجسم زاد العمق البؤري، وكلما زادت الإضاءة زاد كذلك العمق البؤري.

إخراج الحصص أو البرامج السياسية:

تعد البرامج أو الحصص التلفزيونية السياسية من القوالب الأكثر شيوعًا لتحليل الخبر السياسي وقراءة أبعاده من مختلف المنطلقات والرؤى ووجهات النظر بمشاركة خبراء ومحللين وشخصيات سياسية وأكاديمية وصحفيين وصانعي القرار السياسي في العالم. وإنتاج مثل هذه البرامج السياسية يمر بمرحلتين مهمتين وأساسيتين تتناسقان فيما بينها، وهما مرحلتا الإعداد والإخراج، اللتان من المفروض أن يشترك في تحضيرهما كل من معد البرنامج ورئيس التحرير وكاتب السيناريو والمخرج والمنتج.

(17) SM Einstein, peinture et cinéma ,édition complexe, paris, 1980,page 39.

دور المخرج في تنفيذ البرنامج أو الحصة السياسية:

بعد أن ينتهي المخرج من فهم سيناريو البرنامج وتفسيره يبدأ في تحويله إلى عمل على الشاشة. ويتضمن هذا تصميم اللقطات التي تستخدم لبناء المشاهد. وأثناء تكوين اللقطات يمكن للمخرج أن يدون الملاحظات الخاصة بكل تفاصيل العمل الإخراجي، مثل: مكان الكاميرا، وتكوين الصورة، وحركة الكاميرا، وزوايا التصوير.

ويعد تصميم اللقطة هو المجال الأول الذي يتيح للمخرج فرصة للإبداع الفني في منتجه التلفزيوني ليصل بالقصة التلفزيونية لسيناريو البرنامج إلى الشكل النهائي بعد الانتهاء من مراحل إعدادها ومعالجتها الفنية، خاصة بما يتعلق بخصائص اللقطات المختارة، وعملية المونتاج، والمزج أو"المكساج".

المخرج يهتم خاصة بكتابة نص التصوير واللقطات، الذي له أهمية كبيرة في عملية تنفيذ الإخراج التي تعبر عن تحويل مجموعة من الأفكار إلى سلسلة من اللقطات المتعاقبة والأصوات والمؤثرات الخاصة، ووضعها في قالب فني شيق بهدف تقديمها إلى جمهور المشاهدين لإقناعهم والتأثير فيهم.

مراحل تنفيذ العملية الإنتاجية والإخراجية للبرنامج التلفزيوني:

يعرف إنتاج وإخراج البرنامج أو الحصة السياسية في التلفزيون مراحل متعددة، وهي:

1- التحضير والإعداد.

2- مرحلة ما قبل التصوير.

3- مرحلة التصوير.

4- مرحلة المونتاج.

5- مرحلة المزج أو "المكساج".

6- مرحلة البث.

أ- مرحلة التحضير والإعداد:

تمتاز هذه المرحلة بخطوات متعددة، وهي:

• تحديد الموضوع والفكرة. وينبغي أن تكون الفكرة أصيلة ومشوقة، وتقدم شيئًا جديدًا يحث المشاهدين على المتابعة والتفاعل معها.

• إخضاع الفكرة لتعديلات وتبديلات في العناصر أو المحاور والمحتويات مع تحديد الأهداف بدقة.
• وضع تصورات للكيفية التي يتم بها تحقيق هذه الفكرة وبعض الأساليب لتنفيذها.
• وضع تصور للإمكانيات المادية والبشرية التي ينبغي توافرها لإنجاز هذه الفكرة.
• تصميم شامل وكامل للعمل قبل الشروع فيه.
• اجتماع المخرج مع فريق معد البرنامج وكاتب السيناريو وكامل فريق العمل لمناقشة الفكرة وتحديد المهام والمسئوليات.
• توزيع المهام على فريق العمل حسب الاختصاص.
• التحقق من الانسجام داخل الفريق.
• وضع تصور أولي لعناصر الإخراج.

العناصر الأساسية للعملية الإخراجية للبرنامج أو الحصة السياسية في التلفزيون:

1- الفكرة العامة للبرنامج أو الحصة.
2- تحديد المدة الزمنية للبرنامج 13 أو 26 أو 52 دقيقة.
3- العنوان.
4- موضوع حلقة البرنامج.
5- الجمهور المستهدف.
6- النص أو السيناريو.
7- ورقة الطريق.
8- تنفيذ الإخراج.
9- التسجيل أو البث المباشر.

ب- مرحلة ما قبل التصوير:

تشتمل هذه المرحلة على الخطوات التالية:

1. البحث في الموضوع المختار للحلقة:

يكون البحث على أساس فكرة البرنامج ويشتمل على:

- البحث في الموضوع من جانبه العلمي السياسي والأرشيفي والميداني من خلال تحديد سيناريو مبدئي توضيحي للصوت واللقطات، مع إبراز أماكن التصوير وزوايا التصوير وحركات الكاميرا.
- البحث والاتصال بضيوف البرنامج وشخصياته.
- تحضير المقابلات المباشرة المطلوبة للبرنامج أو تسجيلها.
- وضع الخطة الميدانية للعمل من خلال اختيار أماكن التصوير الداخلية أو الخارجية، وتحديد أوقات التصوير والأجهزة والمعدات التي يتطلبها العمل.
- وضع تصور حول البداية والنهاية، فمن خلال بداية قوية وخاتمة استنتاجيه يمكن ترك الأثر المطلوب في المشاهد.
- اختيار نوع السرد الاستعراضي، إما دائري لولبي أو امتدادي تطوري.
- وضع سيناريو خاص للحصة يتوافق مع السيناريو العام للبرنامج.
- وضع ورقة الطريق من قبل رئيس التحرير بالتنسيق مع معد البرنامج والمخرج.

وتعد ورقة الطريق هي الدليل الذي يسير عليه المخرج وطاقم التنفيذ داخل الأستوديو أو خارجه، سواء أكان تسجيلًا أو بثًا مباشرًا. وهي ضرورية، وتشمل على كل ما يمكن تسجيله أو بثه من خلال البرنامج من فيديوهات مسجلة، وموسيقى، وفواصل إشهارية، وتدخلات للضيوف والمشاركين في الحصة من شخصيات سياسية ومحللين سياسيين وأكاديميين ومشاهدين وغيرهم، سواء عبر الهاتف أو باتصالات مباشرة عبر الأقمار الصناعية أو عبر الإنترنت أو بالبريد العادي أو بالفاكس وغير ذلك من وسائل الاتصال، إضافة إلى تدخلات مقدم أو مذيع البرنامج.

وتتكون ورقة الطريق من عنوان البرنامج، ومدته، واسم رئيس التحرير، ومعد البرنامج، ومقدمه، ومخرجه، ومنسقه، إضافة إلى عنوان الحلقة، و"جنريك" أو "شارة" البداية والنهاية، والمدة المقررة له، وكل متعلق بالبرنامج من فيديوهات تسجيلية، وفواصل موسيقية واشهارية، وتدخلات المشاركين في الحلقة، وهذا حسب المدة المقررة لهم والمدونة فيها تحت إشراف وتنسيق رئيس التحرير ومعد البرنامج وكاتب السيناريو والمخرج والمقدم، مع مراعاة السياسة التحريرية والخط الافتتاحي للقناة.

2. الاجتماع بطاقم الحصة:

رئيس التحرير، ومعد البرنامج، وكاتب السيناريو، والمقدم، أو المذيع، والمحررون، والمراسلون، ومنسق البرنامج، وكاتبة الإخراج، والمركب، وكامل فريق العمل لمناقشة الموضوع وسيناريو الحصة وورقة الطريق، وتحديد المهام والمسئوليات وتوزيعها على الفريق حسب الاختصاص.

3. التحقق من الانسجام داخل الفريق:

ج- مرحلة التصوير:

تمر عملية التصوير وفق عدة خطوات، هي:

أ. معاينة أماكن التصوير، سواء داخل الأستوديو أو خارجه.

ب. وضع خطة للتصوير وتتضمن:

- اسم البرنامج.
- موضوع الحلقة.
- تاريخ البث المباشر أو التسجيلي.
- أسماء أعضاء فريق الحصة كل حسب اختصاصه.
- أسلوب المعالجة الإخراجية، وفيه نضع السيناريو التوضيحي للبرنامج.
- التدخلات والتصريحات والأنواع الصحفية المطلوبة للتسجيل.
- المقابلات المحددة مع الضيوف والمشاركين في البرنامج.
- الأجهزة والأدوات المطلوبة "بيلاتو" التصوير.

• الأماكن المحددة للتصوير بدقة، وتحديد كيفية الانتقال إليها.
• خلية التركيب ونوع المونتاج والمزج المستعمل، سواء التماثلي أو الرقمي.
• نوع الكاميرات المستعملة تماثلية أو رقمية.
• نوع الميكروفونات المستعملة.
• الجمهور المستهدف.
• المخرج.
• ميزانية البرنامج أو الحصة المحددة.

ج. وضع السيناريو التنفيذي أو التقطيع التقني للحصة، وتقديمه للطاقم التقني للحصة ويتضمن:

تحديد أنوع اللقطات المستعملة وحجمها وزوايا التصوير:

إن تحديد المكان المناسب للكاميرا عند تصوير أية لقطة أمر يقرره المخرج بناء على المساحة التي يراها المتفرج, ووجهة النظر التي يشاهد منها الحدث. وهو ما يزيد من الرؤية الدرامية لسيناريو الحصة؛ ولذلك على المخرج أن يسأل نفسه دائمًا, وفي بداية تصوير كل لقطة الأسئلة التالية:

1- ما المكان المناسب الذي أضع فيه الكاميرا؟

2- ما مقدار ما يجب أن يظهر في اللقطة، وماذا تحتوى؟

وبناءً على ذلك؛ هناك عناصر يجب أن يحددها المخرج قبل تصوير كل لقطة:

- حجم الموضوع المراد تصويره.
- زاوية الكاميرا بالنسبة للشيء المراد تصويره: الزاوية الرأسية.
- زاوية الموضوع المراد تصويره بالنسبة للكاميرا: الزاوية الأفقية.
- زاوية الكاميرا المنحرفة.

وبالتلاعب بهذه العناصر، يستطيع المخرج أن يحول انتباه المتفرج من الحركة داخل اللقطة إلى الحركة داخل اللقطة التالية لها؛ وهو ما يزيد أو يقلل من الدراما، كما يؤثر على الجو العام، وعلى الأسلوب؛ وبالتالي على اللقطة المصورة نفسها.

ـ أحجام اللقطات وأنواعها:



اللقطة العامة

عندما نشير إلى حجم الشيء المصور فنحن نعنى حجم الشيء في علاقته بمساحة الصورة ككل. وهذه العلاقة هي التي تتحكم في استخدام اللقطة القريبة، واللقطة المتوسطة، واللقطة العامة؛ وهو ما يستخدم في لفت انتباه المتفرج للشيء المصور، أو إبعاده عنه.

ـ اللقطـة العامة:

وهى اللقطة التي يظهر فيها حجم الشيء المصور صغيرًا بالنسبة لمساحة الإطار ككل. وأحيانًا يتم تسمية اللقطة العامة باللقطة التأسيسية؛ لأنها تُستعمل في استعراض الديكور، وتحديد أماكن الشخصيات التي يتم تصويرهم فيها. ولأن الشيء المصور في اللقطة العامة يظهر صغيرًا في الحجم؛ يمكن أن يُستعمل أيضًا في صرف انتباه المتفرج عن هذا الشيء. بل إنه يصبح مثاليًّا في توصيل الإحساس بعزلة الشخصية التي يتم تصويرها. وهكذا نرى أن اللقطة العامة تُضعف من سيطرة المخرج على توجيه انتباه المتفرج, بل وتقلل من تأثير الحركة عليه؛ ولذلك يجب على المخرج تجنب استعمال هذا الحجم عندما يكون المطلوب توصيل تفاصيل مهمة في إطار الكاميرا إلى المتفرج.



ـ اللقطة القريبة:



اللقطة القريبة

اللقطة القريبة هي الحجم العكسي تمامًا للقطة العامة، حيث يظهر الشيء المصور كبيرًا بالنسبة لمساحة الإطار ككل؛ ولذا فهي عادة ما تستعمل للتأكيد على هذا الشيء المصور. وتعد اللقطة القريبة من أقوى الأدوات في يد المخرج، ولكن عليه ألا يستعملها بصفة متكررة وبدون مبرر؛ لأن ذلك يضعف تأثيرها على المتفرج، وهي بذلك تفقد كثيرًا من قوتها.

واللقطة القريبة هي التي تصور شخصًا من أكتافه حتى أعلى رأسه. أي أن الحد السفلي للإطار يقطع جذع الشخص المراد تصويره في المنطقة

من فوق مفصل الذراع إلى ما أسفل الذقن، بحيث يظهر شيء من كتف الشخص. وقد يقطع الحد العلوي الرأس أو لا يقطعها، ويعتمد هذا على جنس الشخص وتسريحة شعره. ويوجه انتباه المتفرج بالتركيز على عيني الشخص المراد تصويره وفمه، كما يمكن رؤية لون البشرة ونسيجها بوضوح، أما لون العينين فلا يرى بدون ماكياج خاص أو إضاءة خاصة. وإذا كان الشخص المراد تصويره ذكرًا فهي قد تبين حالة بشرته، وإن كان الشخص له لحية أم لا.





- تبرز اللقطة القريبة ردود الأفعال التي تعبر عن الملامح.

اللقطة القريبة

- تُقسم اللقطة القريبة إلى عدة أنواع: لقطة متناهية الكبر أو القرب ــ لقطة كبيرة أو قريبة جدًا.

- اللقطة المتناهية في الكبر تبرز جزءًا من الوجه أو أحد الأعضاء والملامح، وتستخدم في البرامج السياسية والعلمية والتعليمية والأفلام التسجيلية بغرض التحليل.

- اللقطة الكبيرة أو القريبة جدًا تظهر مساحة من الوجه من منتصف الوجه إلى ما فوق الذقن.

- اللقطة القريبة تظهر من أعلى الرأس مباشرة إلى ما فوق الصدر.

ـ اللقطة المتوسطة:

اللقطة المتوسطة تقع بين اللقطة القريبة واللقطة العامة. وعادة يُبنى إخراج البرامج التلفزيونية على التنوع في الاستخدام ما بين لقطات متوسطة، ولقطات عامة، ولقطات قريبة توجه عين المتفرج وتؤكد على الشيء المصور.



اللقطة المتوسطة

ونجد هناك أنواعًا عديدة من اللقطات المتوسطة، وهي:



1- اللقطة الثنائية

وهي اللقطة التي تشتمل على شخصين



2- اللقطة الثلاثية

وهي اللقطة التي تشتمل على ثلاثة أشخاص.

وبصفة عامة فإننا نجد أن اللقطة المتوسطة تمتاز بما يلي:

- تستخدم اللقطة المتوسطة في إبراز العلاقات بين الأشخاص.
- تقسم اللقطة المتوسطة إلى: لقطة متوسطة قريبة – لقطة متوسطة – لقطة الركبة – لقطة متوسطة طويلة.
- تعرف اللقطة المتوسطة القريبة باسم لقطة الصدر، ويظهر فيها مساحة الجسم من أعلى الرأس إلى أسفل الصدر.
- اللقطة المتوسطة يظهر فيها مساحة الجسم من أعلى الرأس إلى الوسط.
- لقطة الركبة تصور ثلاثة أرباع الجسم، وتعرف باللقطة الأمريكية.
- اللقطة المتوسطة الطويلة، وتستخدم لتصوير الجسم كاملًا مع وجود مساحة قصيرة أعلى الجسم وأسفله.
- تقسم اللقطة الطويلة إلى: لقطة طويلة – لقطة متناهية الطول أو متناهية البعد – لقطة طويلة جدًا.

- الأحجام المختلفة:

تختلف الآراء بين المخرجين في طريقة تقسيم أحجام أو أنواع اللقطات وتحديدها. وإن كان التقسيم المشترك العام هو اللقطة العامة، واللقطة المتوسطة، واللقطة القريبة. إلا أن هناك أحجامًا أو أنواعًا من اللقطات الأخرى المشتركة؛ ولذا فقد تم الاتفاق على أن جسم الإنسان هو أنسب مقياس متعارف عليه لتحديد هذه الأحجام الأخرى في جميع أنحاء العالم، وهي:

1- اللقطة البعيدة:

هي التي تحتوي أكبر كم من المعلومات يمكن أن يصل إلى المتفرج؛ حيث إنها تعرض الأماكن الموجودة من مسافة بعيدة. وفيها يبدو الشكل صغيرًا داخل إطار اللقطة. ومن الممكن معرفة إذا كان الشكل إنسانًا بشريًّا أم لا، ولكن من الصعب التمييز بين الذكر والأنثى. ويستخدم هذا الحجم غالبًا في البدايات الأولى للبرامج؛ وذلك بهدف تقديم معالم المشهد؛ حيث يكون التعرف على المنظر أهم من التعرف على الشخص أو الأشخاص؛ فالغرض منه هو معرفة "أين" وليس المطلوب أن نعرف "من". وهو وسيلة للحصول على ثروة من المعلومات العامة دون تفاصيل. وتعرف هذه اللقطة أيضًا باللقطة العريضة؛ لأن معظم الإطار يشغله منظر وليس شخص، وتعرف أحيانًا بلقطة الجغرافيا أو الموقع.



اللقطة البعيدة

2- اللقطة العامة جدًا:

تستعمل أحيانًا كلقطة تأسيسية في بداية مشهد ما بهدف توضيح المكان الذي يتم تصويره ووضع كل المشهد داخله؛ لتجنب إحداث إرباك للمتفرج في معرفة مكان كلٍ منهم في بقية لقطات المشهد. وفى هذا الحجم نتعرف ملابس الشخص وجنسه؛ ولذلك فهو يستخدم على نطاق واسع عند الحاجة لتمييز شكل الجسم ككل بدون السمات الشخصية. ويمكننا أيضًا رؤية جزء من الحركة، ولكننا لا نميزها. ويظل الجزء الأعظم من الإطار متعلقًا بالسمات الجغرافية والبيئية. وفي اللقطة البعيدة جدًا يمكن نقل الشخص بسهولة من خلفية الإطار إلى مقدمته.



اللقطة العامة جدًا

3- اللقطة العامة:



اللقطة العامة

وهي اللقطة التي تحوي صورة شخص بكامل هيئته، من أخمص قدمه إلى أعلى رأسه، مع جزء من المكان الذي حوله؛ لذا فسيظل هناك تأكيد على المنطقة الخلفية والبيئة المحيطة. وبما أن الجسم الآن كبير بما يكفي للقيام بأية أفعال وحركات، فإن انتباه المتفرج يبدأ في الانجذاب له, بل ويمكن رؤية حركة الرأس بوضوح بحيث يمكن تحديد العينين، وغالبًا ما يستخدم هذا الحجم مع شخص متحرك، يمشي مثلًا، أو يعدو، أو يحرك يديه.



4- اللقطة العامة المتوسطة:



اللقطة العامة المتوسطة

وهي اللقطة التي تصور شخصًا من ركبته حتى أعلى رأسه. وأحيانًا ما تسمي باللقطة الأمريكية، وهى أولى اللقطات التي تقطع فيها حدود الإطار لجسم الشخص المراد تصويره. وفي هذا الحجم يحيط بالشخص حيز علوي وجانبي، ويقطعه الحد السفلي للإطار، إما فوق الركبة أو تحتها. والاختيار بين فوق وتحت يعتمد على جنس وملابس الشخص وسرعة الحركة إن وجدت. وغالبًا ما يكون العامل الحاسم مع المرأة هو طول الفستان. وإذا كان الشخص ثابتًا يكون الحد فوق الركبة، وإذا كان متحركًا يكون تحتها. وفى هذا الحجم يكون الشخص قريبًا بما يكفي لتمييز طراز ملابسه وألوانها، بل ويمكن تمييز درجات لون شعره وبشرته، ولكن لا تظهر فيه حركة العينين بالوضوح الكافي لاستخدامها كدافع للانتقال في مرحلة المونتاج.

5- اللقطة المتوسطة:



اللقطة المتوسطة

هي التي تصور شخصًا من وسطه حتى أعلى رأسه، حيث يقطع الحد السفلي للإطار أسفل الخصر؛ وبذلك نستطيع تحديد عمر الشخصية ولون الشعر، بل من الممكن أيضًا تحديد الملابس. ولأننا يمكننا رؤية عيني الشخص بالكامل؛ لذا يجذب محيط عينيه نظر المتفرج.

6- اللقطة المتوسطة القريبة:



اللقطة المتوسطة القريبة

هي اللقطة التي تصور شخصًا من صدره حتى أعلى رأسه. أي أن الحد السفلي للإطار يقطع أسفل مفصل الذراع (أسفل الإبط) أو أسفل جيب الصدر بالنسبة للذكر الذي يرتدي سترة، أو أسفل بروز الصدر بالنسبة للأنثى. وتظهر تعبيرات الوجه هنا طاغية، وتظهر عينا الشخص بارزتين، كما أن درجة لون بشرته يمكن تمييزها، وكذلك شكل الندوب على وجهه. ولأن العينين تقعان على حدود الثلث الثاني من الإطار؛ يبقى لدينا مجال لحدوث شيء أو جزء من شيء لنراه في الخلفية، كذلك يمكن رؤية تسريحة الشعر بوضوح، وكذلك مساحيق التجميل الموضوعة على الوجه.

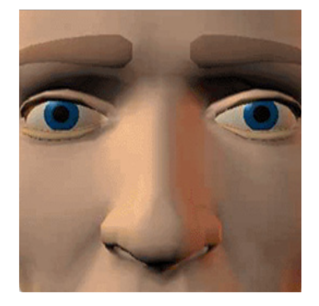
7- اللقطة القريبة جدًا:



اللقطة القريبة جدًا

هي التي تصور جزءًا تفصيليًّا من اللقطة القريبة، وفيها يقطع الحد العلوي للإطار فوق حاجبي الشخص المراد تصويره. ويقطع الحد السفلي عادة فوق الذقن؛ ولذلك يمكن رؤية جلد البشرة بوضوح، بما فيها من عيوب، ويصبح شعر الحاجبين بارزًا، وكذلك الجفون. ويكون التفات العينين هائلًا؛ ولذلك فأي حركة للوجه في هذا الحجم هي بالتبعية مبالغ في تضخيمها؛ إذ تصبح غير واقعية على الشاشة. وأي حركة عمومًا من الشخص الذي يتم تصويره، مهما كانت طفيفة، تصبح كبيرة على الشاشة. وهذه اللقطة قريبة جدًا بحيث لا يمكن استخدامها إلا في المواقف العاطفية أو في إبراز المشاعر والأحاسيس والانفعالات.

8- اللقطة شديدة القرب:



اللقطة شديدة القرب

هي التي تصور جزءًا صغيرًا جدًا من الشيء المصور، قد تصل إلى مجرد عين أو فم، أو العينين، أو العينين والأنف، أو الأنف والفم. والتأكيد على العينين يظهر لونها بوضوح. وعمومًا فإن مشكلات هذه اللقطة ربما كانت أكثر من الفرص التي تتيحها. وإن استخدمت بشكل غير سليم فإنها تضلل المتفرج، إذ تعزل جزءًا من الشخص المراد تصويره كلية، وقد تظهر الشخصية على أنها شريرة وعدوانية.

9- اللقطة البانورامية: "من اليمين إلى اليسار " أو "من اليسار إلى اليمين".

10- اللقطة المصاحبة: "ترافلينغ" أمامي وخلفي.

11- اللقطة زوم أمامي.

12- اللقطة زوم خلفي.

13- اللقطة الرأسية "من أسفل إلى أعلى" أو "من أعلى إلى أسفل".

- تعدد الأحجام أو اللقطات في نفس المشهد:

يمكن للمشهد أن يحتوي على أكثر من حجم في نفس الوقت، فمثلًا يمكن أن يظهر شخص في حجم أو لقطة قريبة، بينما شخص آخر في نفس اللقطة في حجم أو لقطة عامة. ويسمح هذا للمتفرج بمتابعة الأحداث في خلفية الكادر ومقدمته في نفس الوقت.

- تغير حجم الموضوع داخل اللقطة:

يمكن لحجم الموضوع أن يتغير داخل اللقطات، سواء بتحريك الكاميرا، أو بتحريك الموضوع نفسه، أو بتحريك الاثنين معًا. فمثلًا إذا كان الممثل يظهر في لقطة متوسطة، يمكنه التحرك بعيدًا عن الكاميرا، فينتقل إلى لقطة عامة، أو يتحرك في اتجاه الكاميرا فينتقل إلى لقطة قريبة.

- القطع عند الفواصل:

لا بد أن يتوافر قدر كبير من التفاهم بين المخرج، ومدير التصوير على الحدود التي تقطع فيها أضلاع الإطار لجسد الشخص المصور، وهذا هو معني "قطع الفواصل". ومن قواعده ألا تقطع أضلاع الإطار أو الكادر الفواصل الرئيسة في جسد الشخص، والتي تشمل: الرقبة والخصر والركبتين والكعبين.



يجب أن يكون المخرج واعيًا أن المصطلحات المستخدمة للتعبير عن الأحجام ربما تتغير من مدير تصوير لآخر؛ لذلك يفضل الاتفاق على معاني هذه المصطلحات قبل بداية التصوير، والطريقة المفضلة لتغيير حجم الموضوع الذي يتم تصويره (الشخص) هي تحريك الكاميرا في اتجاهه، أو العكس، كما يمكن أيضًا تغيير هذا الحجم بتغيير البعد البؤري للعدسة، إلا أن هذه الطريقة تؤثر في شكل الصورة من حيث عمق المنظور، وعمق المجال.

أ- عمق المنظور:

هو المسافة بين مقدمة الإطار أو الكادر وخلفيته، وعلاقة كلٍ منهما بالأخر كما تظهر على الشاشة. ويمكن التحكم في هذه المسافة من خلال اختيار عدسة الكاميرا. فالأبعاد البؤرية الطويلة للعدسة تقلل من المسافة؛ حيث تقوم بضغط خلفية الصورة ومقدمتها معًا، لتظهر المسافة التي بينهما قريبة، بينما تزيد المسافة بين المقدمة والخلفية عند استخدام الأبعاد البؤرية القصيرة لتظهر بينهما مسافة كبيرة.



عمق المنظور باستعمال العدسة طويلة البعد البؤري

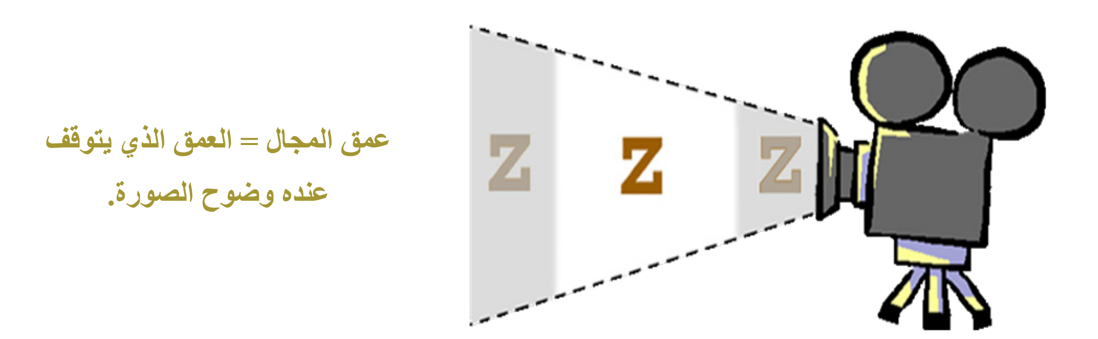


عمق المنظور باستعمال العدسة قصيرة البعد البؤري

كما يمكن أن يؤثر عمق المنظور على إدراك المتفرج لسرعة الحركة داخل المشهد لتظهر الحركة بطيئة حين يكون العمق مضغوطًا، أو تظهر سريعة حين يكون العمق غير مضغوطٍ.

ب ـ عمق المجال:

هو العمق الذي يتوقف عنده وضوح الصورة داخل الإطار. وتميل الأبعاد البؤرية القصيرة إلى زيادة هذا العمق، بينما تقلله الأبعاد البؤرية الطويلة.



ولتجنب التذبذب بين هذه التنويعات من لقطة إلى أخرى يختار مدير التصوير بعدًا بؤريًّا واحدًا فيصور به المشهد بأكمله، ويتم تحريك الكاميرا بعد ذلك للحصول على حجم الموضوع المطلوب.

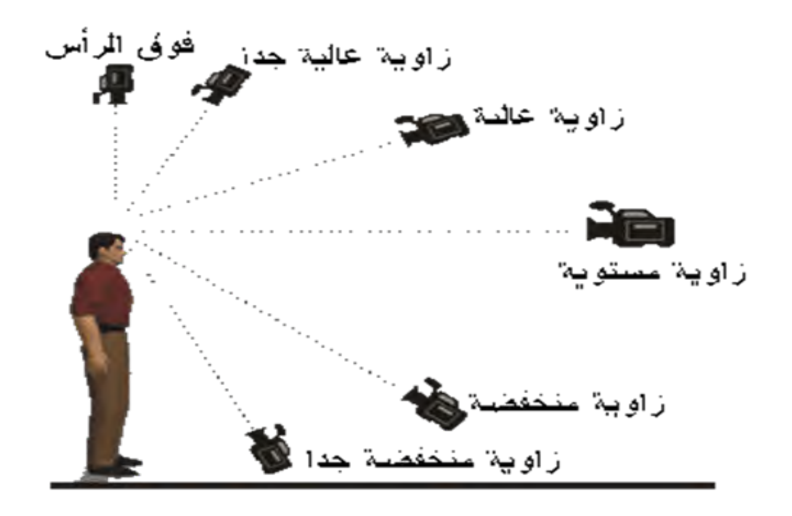
ـ زوايا التصوير للكاميرا:

تعبر زوايا التصوير عن وضع الكاميرا الأفقي، أو الرأسي، أو المنحرف بالنسبة للموضوع المراد تصويره. ويتمكن المخرج عن طريقها من تحديد وضع الشخص أو الموضوع المراد تصويره داخل الكادر أو الإطار. كما أن لها تأثيرًا كبيرًا على كيفية إدراك المتفرج لهذا الموضوع ولحركته.

أولًا: الزاوية الرأسية:

وهى زاوية الكاميرا بالنسبة للشيء المراد تصويره. وتستخدم الزاوية الرأسية للكاميرا لإظهار مدى سيطرة الموضوع المصور (الشخص) وسرعته داخل اللقطة.

وأنواع اللقطات حسب زواياها الرأسية هي:



1- لقطة مستوى العين:

عادة ما يكون الوضع الطبيعي للكاميرا على خط واحد رأسيًّا مع عين الشخص، وذلك إذا لم تكن هناك رغبة في إعطاء تأثير معين. وعندما يكون هناك أكثر من شخص واحد في اللقطة يجب أن تتوافق الزاوية الرأسية للكاميرا مع مستوى عين الشخص الذي لا يظهر في الكادر أو الإطار.

ولأن الكاميرا في لقطة مستوى العين تكون على مسافة 170سم من مستوى الأرض، وهو نفس مستوى عين شخص عادى ينظر إلى الشيء المصور؛ فإنها تعد الزاوية القياسية بالنسبة لباقي الزوايا الأخرى.



لقطة مستوى العين



لقطة الزاوية المنخفضة أو العكس غطسية

2- لقطة الزاوية المنخفضة أو العكس غطسية:

هي اللقطة التي تكون فيها الكاميرا أسفل الشخص المصور لتظهره أكثر طولًا، واحترامًا وقوة. كما أنها تعزز من سيطرته، وسرعته داخل اللقطة.

3- لقطة الزاوية العليا أو الغطسية:

هي اللقطة التي تظهر الشخص المصور من أعلى لتقزمه، حتى يبدو أقل من حجمه الطبيعي، ويظهر في موقف الضعيف، وهى بذلك تقلل من سيطرته وسرعته داخل اللقطة.



لقطة الزاوية العليا أو الغطسية

ثانيًا: الزاوية الأفقية:

وهى زاوية الموضوع المراد تصويره بالنسبة للكاميرا، وتستخدم الزاوية الأفقية للتحكم في العمق المراد للشخص المراد تصويره.

وأنواع الزوايا الأفقية هي:

1- زاوية المواجهة:

وهى تضيف تسطيحًا للصورة؛ لذلك يجب تجنبها إلا إذا كان هذا التأثير مطلوبًا. وهى تخلق إحساسًا بالحميمية عندما ينظر الشخص إلى العدسة مباشرة.





2- زاوية ثلاثة أرباع المواجهة:

وتتيح زاويـة ثلاثـة أربـاع الرؤية جانبين من الموضوع المصور (الشخص)؛ لـذلك فهي تزيد الشعـور بالعمق، وتوفر بعدًا تلفزيوني أكثر قوة.





وغالبًا ما يتم تصوير الممثلين بزوايا ¾ لإعطاء الإحساس بالعمق، وإظهار سمـات الشخصية. ويجب عند تكوين زاوية ¾ مراعاة أن تكون العينان ظاهرتين؛ وإلا فستبدو اللقطة غريبة في عيني المتفرج. وكلما كان الشخص قريبًا من الكاميرا كلما زاد ذلك من تأثير اللقطة؛ لذا يلجأ بعض المخرجين إلى تضييق الزاوية بين الكاميرا والخط الوهمي الذي يمر بمنتصف عين الشخص المصور عند التنقل أو القطع من لقطة متوسطة إلى لقطة قريبة.

3- الزاوية الجانبية:

تعطى الزاوية الجانبية للشخص المصور-مثلها مثل الزاوية المواجهة- نوعًا من التسطيح للصورة؛ لذا يجب استبعادها، إذا لم يكن هذا الانطباع مرغوبًا؛ لأنها تولد لدى المتفرج إحساسًا بعدم الانجذاب للشخصية المصورة.





4- زاوية ثلاثة أرباع خلفية ¾:

وهى تتيح رؤية ¼ جانب من موضوع التصوير، و¾ من الناحية الخلفية.





5- الزاوية الخلفية:

وهى زاوية خلفية تُظهر الجانب الخلفي تمامًا من موضوع التصوير.

ثالثًا: زاوية الكاميرا المنحرفة:





يمكن الحصول على الزاوية المنحرفة عن طريق إمالة الكاميرا نفسها، فتظهر الصورة مائلة هي الأخرى داخل الإطار أو الكادر، وتبدو لعين المتفرج في هذه الحالة صورة غير طبيعية؛ ولذلك يمكن استخدامها مثلًا للتعبير عن حالة غير طبيعية تمر بها الشخصية.





وبصفة عامة فزوايا التصوير للكاميرا تتمثل فيما يلي:

الزاوية الموضوعية أو زاوية مستوى العين – الزاوية المرتفعة أو العالية – الزاوية المنخفضة – الزاوية الرأسية.

- تستخدم الزاوية الموضوعية في الدراما عندما نريد توضيح الفكرة الدرامية بشكل متوازن وموضوعي دون الرغبة في توظيف الزاوية نفسيًّا، وتعد أكثر الزوايا المستخدمة في التصوير البرامجي.
- تفيد الزاوية الرأسية في التعرف على طبيعة الديكور أو المنظر الطبيعي أو بعض الأماكن كالملاعب مثلًا.
- تلعب الزاوية الجانبية دورًا في إعطاء بعد ثالث للصورة.

ـ عدد اللقطات:

ـ مدة اللقطات:

كيفية الانتقال من لقطة إلى أخرى:

يتم الانتقال من لقطة إلى أخرى من خلال استعمال تقنيات: الظهور والتلاشي – القطع – المزج أو "ديسولف"– "الفلاش باك"– التراكب – المسح – "البانوراما" السريعة.

يستخدم المخرج مزيجًا من الظهور والتلاشي للقطات للتعبير عن مرور فترة زمنية بين مشهدين يقعان في نفس المكان والمنظر. ويستعمل القطع في الانتقال من لقطة إلى أخرى في حالة حدوث أي فعل في مكان مختلف عن المكان الذي حدث فيه المشهد السابق مع حدوث الاثنين في وقت واحد.

القواعد التي تراعى في المزج أو "المكساج": لا يفضل المزج السريع الذي يخلو من أي معنى. لا يمكن أن يغطي المزج غير الصحيح عيوب القطع غير الصحيح.

يستخدم "الفلاش باك" للتعبير عن الاختلاف الكبير في الزمان والمكان.

- أشكال المسح: الحاد – الناعم.

- **حركات الكاميرا:**

- الحركة الأفقية للكاميرا من الأفضل أن تأتي من اليمين إلى اليسار؛ لأنها أكثر ألفة للمشاهد.
- أما الحركة الرأسية الهابطة، فهي تعبر عن الخطر والقوة الساحقة والمدمرة كتساقط المياه.
- الحركة المائلة، وتعبر عن المقاومة والمعارضة الشديدة وتخطي الصعاب، وتستخدم في المعارك الحربية.
- حركة "النواس" أو "البندول"، وهي تعبير عن الرتابة والتوتر والضيق والتردد في فعل شيء ما.
- لابد لنجاح حركة المنظور داخل الكادر أو الإطار الخاص بالكاميرا من توافر ما يلي:
  - وجود هدف قوي ومبرر للحركة.
  - أن تتسم الحركة وفقًا لتصور مسبق من المخرج.
  - أن تتسم الحركة بالانسيابية والمرونة.
  - أن تتم الحركة في الوقت المناسب.
  - أن يكون للحركة بداية ونهاية محددتين بوضوح.
  - سرعة الحركة يجب أن تتوافق مع طبيعة الفكرة.

يمكن أن تتعدد الحركة في المشهد التلفزيوني على النحو الآتي: مصاحبة شخص أو شيء متحرك حتى يبقى داخل إطار الصورة – خلق وهم الحركة لشيء ثابت – وصف مكان أو حدث ذي مضمون مادي أو درامي محدد – تحديد العلاقة المكانية بين عنصرين – التجسيم الدرامي لشخصية أو لشيء يمكن أن يلعب دورًا مهمًّا في بقية الحدث.

تتعدد حركات الكاميرا، ولكنها تنحصر في ثلاثة أنواع رئيسة: حركة الكاميرا بتغيير الأبعاد البؤرية للعدسة – حركة الكاميرا بتغيير اتجاه رؤية الكاميرا دون تغيير موقعها – حركة الكاميرا بتغيير مكانها.

يعطي المخرج تعليماته بتحريك الكاميرا أو تغيير البعد البؤري لتحقيق أغراض، منها: التحرك من لقطة عامة أو متوسطة إلى لقطة أقرب للمنظور، التحرك من لقطة قريبة للمنظور إلى لقطة عامة أو متوسطة، تحويل الانتباه عن منظور، تنويع التكوين وتحريك الموضوعات، تغيير التوقيت والإيقاع الدرامي، الحفاظ على منظر قريب للمنظور.

تتنوع حركة رأس الكاميرا دون تغيير موقعها لتشمل: حركة البانوراما – الحركة الرأسية من "أعلى إلى أسفل"، أو من "أسفل إلى أعلى". وتستخدم حركة البانوراما لتغطية حركة جسم ما، وتشبه حركة رأس الإنسان إلى اليمين أو اليسار لمراقبة جسم يتحرك.

تستهدف الحركة الرأسية استعراض المكان أو متابعة منظر متحرك من الأعلى إلى الأسفل وبالعكس.

- يمكن تنفيذ عدة حركات للكاميرا بتغيير موقعها، وخاصة: الدوللي – الترافلينج.
- حركة الدوللي تعني حركة الكاميرا والحامل معًا وبشكل مستقيم إلى الأمام أو إلى الخلف.
- تستخدم حركة الدوللي: للاقتراب من المنظور – للابتعاد عن المنظور.
- يستخدم الترافلينج العمودي في حالة مصاحبة شخصية أو شخصيات في حالة حركة.
- الترافلينج الجانبي له دور وصفي.
- الترافلينج إلى الخلف له عدة معان: عند ختام المشهد – ابتعاد المكان – مصاحبة شخص يتقدم – الإحساس بابتعاد الشخص عن المكان.
- حركة الترافلينج إلى الأمام، وتؤدي عدة وظائف: تركيز الانتباه والنظر إلى أهمية شخصية ما - التعبير عن التوتر والانفعال – تجسيد عنصر مهم بالنسبة إلى بقية الأحداث.

- الصوت المصاحب للقطة مثل الضوضاء والموسيقى:

بعد تصوير هذا السيناريو التنفيذي داخل الأستوديو أو خارجه - والذي يستغرق مدة زمنية محددة من قبل المخرج بالتنسيق مع أعضاء الفريق، وخاصة مدير التصوير- نمر إلى مرحلة ما بعد التصوير[18].

- مرحلة ما بعد التصوير:

أ- مرحلة المونتاج أو التركيب:

وهي مرحلة مهمة وأساسية في إخراج الحصة التلفزيونية؛ نظرًا لدقتها واستيعابها لإبداع المخرج وذكائه. ويمكن أن تكون هذه العملية التركيبية فورية في البرامج المباشرة وتركيب مؤجل، في البرامج المسجلة.

تمر عملية التركيب بخطة يجب الالتزام بها من قبل المركب والمخرج، وتتمثل فيما يلي:

1- جمع المادة المصورة.

2- مشاهدة هذه المادة، واختيار اللقطات الصالحة فنيًّا وتقنيًّا وموضوعيًّا وتحديدها لإدراجها في العمل، وتكون مرتبطة بالموضوع وتخدم أهدافه.

3- استبعاد اللقطات والتصريحات المسجلة غير الصالحة فنيًّا وتقنيًّا.

4- إعادة ترتيب اللقطات وفق السيناريو التنفيذي.

5- إدخال المشاهد الضرورية والتسجيلات التي تخدم البرنامج.

هذا ما يتعلق بالحصص التلفزيونية المسجلة. أمَّا في الحصص المباشرة فيكون التركيب فوريًّا أثناء عملية التصوير.

- مرحلة المزج أو "المكساج":

هي عملية يتم فيها المزج بين الصوت والصورة والموسيقى. ويجب أن تكون متناسقة، وألَّا يغلب حجم الموسيقى والضوضاء على الصوت الأساسي والمؤثرات الصوتية والبصرية.

يجب مراعات إقحامها من قبل المخرج بكل دقة؛ حتى تخدم الموضوع وأهدافه والسيناريو الذي وضع من أجله.

(18) Teresa Faucon, le cinéma français. édition paris.1995.page 63.

- مرحلة إنجاز شارة البداية وشارة النهاية:

تعد "الشارة" أو" الجنريك" مرحلة مهمة جدًا في العملية الإخراجية للبرنامج التلفزيوني بوصفه يمثل الواجهة الأمامية والخلفية للبرنامج أو الحصة؛ وبالتالي فإن المخرج يجد نفسه ملزمًا أن يعده بطريقة علمية وفنية منهجية. وللعلم فإن "الجنريك" أو "الشارة" ينقسم إلى قسمين، وهما: "شارة البداية" و"شارة النهاية". ولكل منهما خصائص ومميزات محددة.

- خصائص شارة البرنامج:

إشارة البداية والنهاية قصة لكل منهما، يكتبها ويتصورها المخرج بالمشاركة مع كاتب السيناريو ومعد البرنامج ورئيس تحريره، ثم ينجز لها سيناريو تنفيذيًّا يتم تصويره، أو تستخرج لقطات مختارة من المادة الفيلمية المصورة للبرنامج سلفًا، أو تستعمل لقطات أرشيفية. واختيار موسيقى الشارة لابد أن يكون دقيقًا ومتناسقًا ومناسبًا للمادة المصورة ولطبيعة البرنامج السياسية.

تعبر شارة البداية للبرنامج عن قصة البرنامج السياسية، وذلك باختيار لقطات معبرة. ويكون مختصرًا ومنجزًا بتقنيات "الأنفوغرافيا" مع موسيقى مصاحبة تكون ملائمة لخط القناة الافتتاحي وطبيعة البرنامج السياسي.

أما شارة النهاية فتعبر عن الواجهة الخلفية للبرنامج. وفيها يستعرض المخرج أهم ما جاء في الحصة السياسية من خلال استعمال خاصة لتقنية "فلاش باك"، أو تعاد شارة البداية، أو تكون في شكل تصوير حي أو مسجل يعرض فيه الأشخاص الذين شاركوا في إنجاز البرنامج إضافة إلى اسم المخرج والجهة المنتجة وتاريخ الإنجاز.

خاتمة:

إن الإخراج التلفزيوني للبرامج السياسة في التلفزيون يعد مهنة دقيقة، تتطلب معرفة علمية متخصصة في مجال الإخراج والكثير من الإبداع والتدريب.


المراجع

1- ليلى العقاد، الإخراج والإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، المطبعة الجديدة، دمشق، سوريا، 2003م.

2- كرم شلبي، الإنتاج التلفزيوني وفنون الإخراج، مكتبة التراث، القاهرة، مصر، 2001م.

3- لوي دي جانتي، فهم السينما ترجمة: جعفر علي، دار الرشيد للنشر، بغداد، 2005م.

4- صلاح أبو سيف، السينما فن، دار المعارف، القاهرة، 1999م.

5- SM Einstein, peinture et cinéma, édition complexe, paris, 1980.

6- Teresa Faucon, le cinéma français. Édition paris,1995.

عمل تطبيقي

حول بناء النشرة الإخبارية التلفزيونية وتقديمها في الأستوديو المتنقل

تقسيم المشاركات إلى أربع (4) مجموعات لتحضير ورقة طريق لنشرة إخبارية وتقديمها.

(تخيلن أنفسكن كأنكن تشتغلن كصحفيات في التلفزيون الجزائري، وتمثلن فريقًا صحفيًّا لنشرة إخبارية، وطلب منكن إنجاز ورقة الطريق لها).

المطلوب:

- حاولن تحضير هذه الورقة بتطبيق الخطوات العلمية لبناء النشرات الإخبارية وفق نموذج لورقة الطريق الخاصة بالتلفزيون الجزائري المقدمة لكن، وانطلاقًا من مجموعة من الأخبار السياسية التي يتم جمعها من الجرائد التي توزع عليكن.

- ثم تحرير هذه الأخبار المنتقاة وفق القواعد الخاصة بالخبر التلفزيوني، وباتباع كيفيات التحرير للنشرة الإخبارية التلفزيونية.

- وفي النهاية تقديم النشرة بعد أن تكون جاهزة في الأستوديو.

هذا نموذج لورقة الطريق لنشرة إخبارية في التلفزيون الجزائري:

Page	Titre	Séquence	Details	Journaliste	Durée exacte
١	president	غ.مسجل			٠:٣٤
٢		video	رئيس يؤكد أن تذبذب المناخ يمثل أكبر التحديات الناجمة عن النشاطات البشرية في رسالة الى المشاركين في الندوة الافريقية لوزاء البيئة حول التغيرات المناخية		١:٥٢
٣	dec	مقدمة			٠:١٤
٤		video	مقطع من رسالة رئيس الجمهورية يقرؤه بلخادم		١:٠١
٥	alger	غ مسجل			٠:٢٣
٦		video	انطلاق الندوة الافريقية لوزاء البيئة حول التغيرات المناخية		٠:٤٦
٧	conference	غ مسجل			٠:٢٠
٨		video	ندوة صحفية مشتركة لوزير البيئة ومساهل وممثل الم المتحدة		٠:٤٧
٩	reportage	مقدمة			٠:٢٠
١٠		video	ربورتاج حول التجربة الجزائرية في التخفيض من الانبعاثات الغازية	حبيب	١:٠٣
١١	hilton	غ مسجل			٠:٢٦
١٢		video	اختتام فعاليات أسبوع الطاقة		٠:٣٣
١٣	entv	غ.مسجل			٠:٣٢
١٤		video	تنصيب المدير العام الجديد للتلفزيون عبد القادر العلمي		٠:٤١
١٥	alger	رسم	الوزيرة المنتدبة المكلفة بالأسرة تشارك في أشغال المؤتمر بإثيوبيا		٠:٢٦
١٦	ain naja	غ مسجل			٠:٢٣
١٧		video	افتتاح ملتقى حول طب امراض الجهاز الهضمي		٠:٣٩
١٨	boumerdes	غ مسجل			٠:٢٠
١٩		video	ربورتاج حول الصحة الجوارية + يوم تحسيسي حول الصحة		٠:١٨
٢٠	sidi belabess	مقدمة			٠:١٣
٢١		video	شباب سيدي بلعباس يستفيد من عقود التكوين والإدماج	حليم	١:٠٥
٢٢	adrar	رسم	تظاهرة عيد الجمل ببلدية تيماوين ولاية ادرار تحت شعار الابل اقتصاد الاجيال و ثقافة الاجداد		٠:١٨

JT [illegible] du [illegible] | Réd Chef: | Présentateur:

٢٣	plateau	مباشر	لقاء مع الضيف محافظ التظاهرة		٠:٠٢	
٢٤	PALESTINE	مقدمة			٠:١٨	
٢٥		video	بان كي مون يعبر عن قلقه العميق بشان الوضع الانساني في غزة	بلخير	١:٢٣	
٢٦	LIBAN	رسم	المؤتمر العربي الأول للمعلوماتية والاتصالات		٠:١٦	
٢٧	SOMALIE	غ مسجل			٠:٢٩	
٢٨		video	اختطاف سفينة يونانية من قبل قراصنة قبالة سواحل الصومال		٠:٢٣	
٢٩	USA	غ مسجل			٠:١٣	
٣٠		video	رائدان من المكوك انديفور ينهيان اول عملية خروج الى الفضاء		٠:٢٥	
٣١	SPORT	غ مسجل			٠:٢٧	
٣٢		video	الفريق الوطني لكرة القدم يتعادل مع نظيره المالي		٠:٥٠	

كيفية التحرير لنشرة إخبارية تلفزيونية:

يتم تحرير الأخبار للنشرة الإخبارية التلفزيونية وفق ما يلي:

- يحرر الخبر على وجه واحد من الورقة.
- تترك مسافتان أو ثلاث مسافات بين الأسطر، وخمس مسافات بين كل فقرة.
- يضم السطر حوالي عشر كلمات.
- يكتب خبر واحد في الصفحة.
- الأفضل وضع اسم لكل خبر.
- يشتمل الخبر الواحد على عدد من الفقرات.
- يتم ترقيم الصفحات أعلى يسار الصفحات.
- تحسب النشرة على أساس عدد الكلمات والأسطر.
- المتعارف عليه في تحرير الأخبار أن السطر الذي يحتوي على عشر كلمات يعرف بوحدة النشر، أي أن النشرة تتكون من وحدات (الأسطر).
- كل سبعة أسطر أو وحدات النشر تساوي دقيقة، وهى المدة التي يستغرقها قارئ النشرة لكل سبعين كلمة، أي سبعة أسطر.
- يحسب طول الخبر حسب المدة الزمنية للقراءة.

المداخلة السابعة

منهجية التعامل مع المعلومة السياسية "من الحاجة إلى الاستخدام"

د. سالم عطية الحاج

مقدمة:

تعد البرامج التلفزيونية على اختلافها العمود الفقري الذي تقوم عليه المؤسسات التلفزيونية. وفي الوقت نفسه فإن هذه الأخيرة لا يمكن أن تقوم إلا على المعلومات التي تغذي بشكل مهم وأساسي أي برنامج تلفزيوني. والحاصل أن المعلومات هي الأصل المعتمد في قيام البرامج التلفزيونية على اختلافها، بل يكاد ينحصر التنافس بين القنوات التلفزيونية - سواء كانت جامعة أو متخصصة، حكومية أو خاصة- في مجال السبق المعلوماتي، وطريقة المعالجة.

لقد أصبحت قوة الشد ما بين التلفزيون وجمهوره مرتبطة إلى حد كبير بقوة تحكم التلفزيون في الوصول إلى المعلومة، مع الأخذ بعين الاعتبار أنه كلما كانت المعلومات دقيقة ومعالجة بموضوعية وذات مصادر حقيقية وصادقة كلما تزايدت حاجة الجمهور إليها، وزاد ارتباطه بها ورغبته في الحصول على المزيد منها. وهكذا يحصل ارتباط الجمهور ليس بالوسيلة في حد ذاتها، ولكن بطبيعة المعلومات التي يرغب في الحصول عليها من هذه الوسيلة. لتصبح العلاقة متعدية ما بين ثلاثية المعلومة والتلفزيون والجمهور.

وإذا كانت قوة التلفزيونات اليوم تقاس إلى حد كبير بحجم جماهيرها، فإن الوصول إلى ذلك يكمن في قدرتها الكبيرة على الوصول إلى المعلومات، والتفنن في طرق معالجتها وتحليلها، وإلى اختيار الكيفية المثلى لتقديمها لجمهورها، في سعي منها إلى الرد على رغباته وحاجاته المستمرة إلى المعلومات. من هنا يمكن القول إن نجاح البرامج التلفزيونية مرتبط إلى حد كبير بمدى نجاحها في التعامل مع المعلومات، وهو ما يقود إلى ضرورة التحكم في كيفيات التعامل مع المعلومات وفق منهجية علمية دقيقة، وتوظيفها التوظيف الصحيح لأجل إعلام صادق وموضوعي ونزيه.

منظومة التعامل مع المعلومة:

تقوم منظومة التعامل مع المعلومة على مراحل منتظمة تمثل مراحل حياة المعلومة ذاتها، وهي كالتالي:

- تحديد الحاجات إلى المعلومات.
- جمع المعلومات.
- معالجة المعلومات.
- توزيع المعلومات.

1- تحديد الحاجة إلى المعلومات:

تعد مرحلة تحديد الحاجات إلى المعلومات مرحلة أساسية من مراحل التعامل مع المعلومات[1]؛ حيث إنها تحدد وبدقة المحاور والموضوعات التي تكون المؤسسة بحاجة إلى المعلومات بشأنها. وتبدأ هذه المرحلة بتشكيل مخطط أو برنامج البحث عن المعلومة، والذي يعد دليلًا وإطارًا مفصّلًا بحسب محاور البحث[2]. تبدأ عملية تحديد الحاجات للمعلومات انطلاقًا من تحليل المنفعة وتحديد ما هو ضروري ولا يمكن الاستغناء عنه من معلومات، واستبعاد ما هو عام.

فمرحلة تحديد الحاجة للمعلومات هي مرحلة حاسمة ضمن إستراتيجية التعامل مع المعلومات. وهنا يمكن تحديد العديد من مستويات الحاجات، وذلك بناءً على الاستعمالات التي ستتم على المعلومة؛ فقد تكون الحاجة تقنية، أو عملية، أو إستراتيجية. وقد تكون طبيعة المعلومات مختلفة أيضًا: تكنولوجية، تجارية، قانونية،...إلخ. إذا كانت مرحلة تحديد الحاجة تخضع إلى مخطط بحث عن المعلومة، فإن هذا الأخير هو عبارة عن دليل يسمح بقياس نشاط التعامل مع المعلومة، وتحديد الفارق بين الأهداف المسطرة وتلك التي تم الوصول إليها[3]، وهذا لا يعني عدم تأقلم دليل التعامل مع المعلومات مع المتطلبات الآنية للحاجات؛ حيث يبقى مرنًا دائمًا حتى يسمح بدمج الحاجات المستعجلة للمعلومة.

فعملية تحديد الحاجات للمعلومة تعد أكثر من أساسية لضمان فاعلية المراحل الموالية لمنظومة التعامل مع المعلومات. وكل خطأ أو هفوة أو تجاوز يتم حصوله على مستوى هذه المرحلة سوف يقود حتمًا باقي الخطوات إلى إلى أن تكون غير فاعلة.

فمرحلة تحديد الحاجة هي الأساس الذي تُبنى عليه باقي مراحل المنظومة؛ لذا ينبغي أن تحظى باهتمام متميز من قبل المؤسسة. وبعد العناية اللازمة والتشخيص الدقيق للحاجة للمعلومة تأتي مرحلة جمع المعلومات.

(1) L.HASSID, P. JAQUES, N. MOINET, les PME face au défi de l'intelligence économique le renseignement sans complexe, DUNOD, Paris, 1997, p.55.

(2) Moinet N. et Darantière P., op. cit., p.97.

(3) BULINGE F., Pour une culture de l'information dans les Petites et Moyennes Organisations, un modèle incrémental d'intelligence économique, thèse de doctorat en science de l'information, Université de Toulon et Devou, 2002. p.188.

2- جمع المعلومة:

تستدعي عملية البحث عن المعلومة إحصاء المعلومات وجمعها من المصادر الرسمية وغير الرسمية المتاحة، كما تستدعي تحليل الشروط العملية اللازمة للوصول إلى المعلومة، وكذا الإجراءات التقنية الملائمة للجمع الحقيقي للمعلومات[4]؛ فمن الضروري التحضير للنشاطات الميدانية اللازمة لإتمام جمع المعلومات؛ ولأجل هذا فإنه يلزم تحديد سبل الانطلاق الحقيقي في العمل (تقنيات المقابلة شبه الموجهة، تسجيل الملاحظات،...إلخ).

كما ينبغي أن تضبط في هذا الإطار قواعد العمل الجماعي، وذلك من خلال تقسيم المهام، التعاون...إلخ. وينظر إلى هذه المرحلة من زاوية منهجية ثنائية[5]، تعتمد الأولى على المصادر ذات الطبيعة التقنية، وتعتمد الثانية على الجمع عن طريق الموارد البشرية. وتعد منهجية جمع المعلومات عن طريق الوسائل التقنية بمثابة القاعدة للتعامل مع المعلومة. ويمكن تقسيم عملية جمع المعلومات باستخدام الوسائل التقنية إلى مقاربتين: يُعتمد في المقاربة الأولى على التكنولوجيا القاعدية للإعلام والاتصال، وبالخصوص مصادر الإنترنت، أما المقاربة الثانية والمتخصصة، فهي تقوم على اعتماد وسائل جد متخصصة وجد متطورة، وتتطلب التحكم في بعض النظريات الخاصة بتطبيقات علم المكتبات المُدَرَّسة في الجامعات. أما منهجية الجمع عن طريق الموارد البشرية، فهي تقوم حول فكرة الشبكة بين الأفراد، والتي عن طريقها يتم تبادل المعلومات الشفهية والوثائقية.

تتجه المناقشات الأكاديمية المعتمدة في البحث إلى الأهمية المتعاظمة لعدد من المصادر التي تغذي البحث عن المعلومات. ويكون من الصعب هنا وضع قائمة نهائية لجميع تلك المصادر؛ الأمر الذي يستدعي تقديم عدد من المقاربات، ومحاولة الموازنة بينها بقصد الاقتراب من الواقع بهدف رصدها ميدانيًّا.

في هذا الصدد نجد أننا -وفي حالة الوصول إلى تحديد الحاجة إلى المعلومات- نكون بصدد البحث أو الجمع كمرحلة مكملة لمنظومة التعامل مع المعلومات؛ وهو ما يعني تحديد المصادر واستغلالها؛ فهناك المصادر المألوفة أو الرسمية، وتلك غير الرسمية[6]، والتي تمثل الجزء الأكبر من المعلومات المقدرة على أنها نافعة بالنسبة للباحثين عنها. في حين تمثل المصادر الرسمية الجزء القليل فقط من تلك المعلومات. وبحسب الباحثين فإن المصادر الرسمية

(4) L. Hassid et Al, op. Cit., p.66.
(5) F. BULINGE, op. Cit., p.190.
(6) Ibid., p.30.

هي تلك التي تأخذ شكلًا مكتوبًا، أو ممغنطًا، أو تكون على شكل أفلام. أما المصادر غير الرسمية، فهي التي لا تأخذ الشكل الرسمي. وتتفاوت أهمية المعلومات النافعة المتحصل عليها من المصادر غير الرسمية بحسب أنواع المعلومات.

تأخذ المصادر الرسمية الأشكال التالية:

- الصحافة (المتخصصة والمهنية).
- الكتب والموسوعات.
- وسائل الإعلام الأخرى (التلفزيون، الراديو، السينما).
- بنوك المعلومات والأقراص المضغوطة.
- مصادر المعلومات الرسمية، والمتمثلة في الهيئات الحكومية (المحاكم، الضرائب، الجمارك،...إلخ).
- الدراسات المنجزة من قبل مكاتب دراسات عمومية أو خاصة.

أما المصادر غير الرسمية فهي تمتاز بخاصية منفردة تتمثل في أنها تستدعي العمل الشخصي للفرد الذي يسعى إلى جمع المعلومات منها؛ إذ ينبغي أن يكون على تواصل دائم، وأن يتنقل دوريًّا، وأن يخصص وقتًا طويلًا لجمع المعلومات، مع قدرته على الاستماع والإحساس.

وهناك تصنيف خماسي لهذه المصادر محدد في: المصادر الداخلية، ومصادر السوق، ومصادر الصناعة، ومصادر المحيط، ووسائل الإعلام كمصادر. ويضمن كل صنف من الأصناف المذكورة عدة مميزات[7]. وبالنظر إلى جملة هذه التصنيفات نجد أن التصنيف الأخير قد ألم بعدد كبير من المصادر المتاحة لجمع المعلومات، وهو التصنيف الذي يمكن اعتباره لائقًا ومساعدًا لما نسعى إليه، مع العمل على إلحاق تعديل طفيف به، من خلال الجمع ما بين مصادر السوق والصناعة تحت مسمى واحد هو "مصادر السوق"، ومع إضافة مصادر أخرى لهذا التصنيف وهي المصادر التقنية أو التكنولوجيا، والتي تتضمن بنوك المعطيات، والأقراص المضغوطة، ونظم المعلومات، والإنترنت، ليصبح التصنيف المقترح كالتالي:

(7) CHTOUROU Wafi., le rôle de l’échange d’informations en réseau dans le développement internationales PME, thèse de doctorat en sciences e gestion Université Jean Moulin lyon3 2005. p.56.

أ-المصادر الداخلية، وتشمل:

- الدراسات والأبحاث.
- المهام المهنية ورحلات الأعمال.
- المعطيات الداخلية.
- المستخدمون.

ب- مصادر السوق، وتشمل:

- الزبائن.
- الأعوان، والممثلون، والموزعون.
- مكاتب البيع والبائعون.
- الممولون والمناولون.
- المنافسون.
- مؤسسات أخرى.
- جمعيات مهنية.
- أصدقاء.
- تجمعات قطاعية.

ج- مصادر المحيط، وتشمل:

- مؤسسات وهيئات مالية وبنوك.
- صالونات ومعارض (محلية ودولية).
- هيئات حكومية.
- مستشارون وخبراء.
- معايير للقياس.
- مكاتب دراسات.

د-وسائل الإعلام:

- الصحف والمجلات المتخصصة.
- الكتب والموسوعات.
- الراديو، والتلفزيون والسينما.
- منشورات المؤسسات (تقارير، إحصائيات،...إلخ).

هـ - مصادر تكنولوجية حديثة:

- بنوك المعطيات.
- الأقراص المضغوطة.
- أنظمة المعلومات.
- الإنترنت.

وإذا كانت عملية جمع المعلومات لا يمكن أن تتم إلا من خلال تحديد جملة المحاور الأساسية لذلك؛ فإنه من غير المجدي جمع هذه المعلومات إذ لم تتبع بجملة إجراءات المعالجة.

3. معالجة المعلومات:

الاعتقاد بأن المعلومة النافعة تأتي على الشكل الذي نرغبه هو اعتقاد خاطئ، فهي قد تأتي ضمن معلومات غير نافعة؛ ولذلك فإن العمل يتطلب معالجة المعلومات التي تم جمعها في مرحلة سابقة. وهو ما يفرض جملة من العمليات:

- التقييم (ما قدر المصداقية التي تحملها المعلومات؟).
- الفرز (فرز المعلومات لمعرفة النافع منها وغير النافع).
- التحليل (إعطاء معنى للمعلومات).
- التلخيص.
- إعادة التقييم (البناء وفقًا للشكل المناسب)[8].

(8) Bulinge F., Le cycle du renseignement: analyse critique d’un modèle empirique, Market.

تهدف عملية المعالجة بالأساس إلى جعل المعلومة قابلة للاستعمال من قبل طالبيها، أي أنها تعطي قيمة للمعلومة. وهو ما يقود إلى تحليل عناصر معالجة المعومات كالتالي:

1. فرز المعلومات وتقييمها:

عملية الفرز هي أول عملية يتم القيام بها في مجال معالجة المعلومات التي تصل من عملية الجمع. ومعنى ذلك القيام بالاختيار بناءً على جملة من الخصائص، أي القيام بتقييم للمعلومة بناءً على جملة من الخصائص؛ وهو الأمر الذي يجعل عمليتي التقييم والفرز عمليتين متلازمتين. وتقوم عملية التقييم الجيد للمعلومات على معيارين أساسيين يتعلقان باحتمال صدق المعلومة، وكذا الرهان المرتبط بها، أي نوعيتها[9].

تعد عملية تقييم المعلومة مرحلة وسيطة ما بين الجمع والاستغلال، وهي بذلك ترهن قيمة المعلومة انطلاقًا من نوعيتها ومصداقيتها بناءً على مصدرها ومحتواها[10]. ويرتبط احتمال صدق المعلومات بمصادر الحصول عليها. ويمكن تصنيف هذه المصادر إلى أربعة مصادر أساسية، هي:

- مصادر جديرة بالصدق: والمعلومات دائمًا صادقة (معلومات تقنية).
- مصادر جديرة بالصدق مع احتمال وجود أخطار الأخطاء أو الذاتية (الصحافة).
- مصادر أكيدة نوعًا ما.
- مصادر مشكوك فيها وذاتية (الإشاعات)[11].

وهنا تتم عملية تصنيف المعلومة وفق تقنية التقسيم، والمبدأ فيها جد سهل؛ فقيمة المصدر تمثل بشكل من الأشكال احتمال صدق المعلومة المتوصل إليها. وعملية التقسيم هذه تسمح بالتقليل من مساحة عدم اليقين. أما عن قيمة المعلومة، ونظرًا لصعوبة التحديد العددي أو التقييم العددي للمعلومة، ونظرًا لضرورة تقييم رهان المعلومة؛ فإنه يمكن الاعتماد على التصنيف الرباعي التالي:

(9) Ibid., p.55.
(10) Ibid., p.55.
(11) Ibid., p.55.

- معلومة جد مهمة وذات أولوية.

- معلومة مفيدة.

- معلومة نافعة بالمناسبة.

- معلومة غير نافعة من دون شك[12].

ورغم يسر التصنيف أو التقسيم إلا أنه في بعض الأحيان تكون هناك صعوبة في تصنيف معلومة معينة؛ ولذلك يمكن طرح جملة من الأسئلة المساعدة على التصنيف:

- هل هذه المعلومة قادرة على تعديل القرارات؟

- هل هذه المعلومات تقلل من الشك في المستقبل؟

- هل يمكن لهذه المعلومة أن تستغل من طرف آخر؟

وبناءً على الإجابة على هذه الأسئلة المتعلقة بالمعلومة يمكن تصنيفها حسب درجة أهميتها.

2. تحليل المعلومات وتلخيصها:

تعد عملية تحليل المعلومات أحد العناصر الأساسية في عمل محترفي المعلومات وأهمها أيضًا؛ فالتحليل من دون شك هو الأكبر أثرًا، ولكنه العملية الأصعب على الإطلاق[13]، وهو يقوم على محاولة تشريح الأحداث كاملة انطلاقًا من بعض الوقائع، فعملية التحليل تعني التبصر بالشيء العائم على الماء عندما لا نرى منه إلا الجزء الظاهر. وهنا تتأثر عملية التحليل بطبيعة المعلومات التي يتم جمعها، فالتحليل يساعد أو يقوم على إعادة تكوين صورة عامة وواضحة وأولية انطلاقًا من بعض أجزائها فقط، في حين تضمن عملية التلخيص[14] الانتقال من معلومات خام أو محللة إلى كل من المعلومات المترابطة والمتواصلة. وعملية التلخيص قد تتعدد مرتكزاتها، ولا يمكن حصرها فيما هو مكتوب؛ فقد تكون عبارة عن شريط فيديو، والتجارب تثبت أن عشرين دقيقة من شريط فيديو تبين كمًّا هائلًا من المعلومات وتفصيلات غير متناهية، وتأثير أكثر أهمية مقارنة مع النمط التقليدي للتقارير المكتوبة. ولكن في الغالب

(12) Ibid., p.56.

(13) Moinet N. et Darantière P., op. cit., p.97.

(14) Bulinge F., op. cit., p.43.

يكون التلخيص في شكل وثيقة مكتوبة. ونشير في هذا الصدد إلى أن المؤسسات اليابانية تخصص **(4%)** من رقم أعمالها لتمويل عمليتي جمع المعلومات ومعالجتها[15].

3. توزيع المعلومات:

لا يمكن اعتبار مراحل منظومة التعامل مع المعلومات كغاية في حد ذاتها، ولكنها تهدف إلى وضع المعلومة النافعة في أيدي مستحقيها بهدف استغلالها، ومن هنا تكمن أهمية توزيع المعلومة ونشرها على مستحقيها وطالبيها في الوقت المناسب. فالمعلومة الصحيحة والمعالجة والنافعة والتي تطلبت أموالًا وإمكانيات في جمعها قد تفقد قيمتها حين وصولها متأخرة إلى طالبيها؛ ومن هنا تبرز الرهانات المرتبطة بعملية توزيع المعلومات كآخر مرحلة من مراحل حياة المعلومة؛ فاستعمال المعلومات مرتبط بتوزيعها ونشرها. يفهم من ذلك السبب في أن معلومات ذات نوعية متوسطة منتقاة بشكل جيد ويتم نشرها وإيصالها في الوقت المناسب تكون مفضلة على معلومات ممتازة ولكنها تصل متأخرة جدًا لمستعمليها. إن كل عمل قبلي للبحث عن المعلومة ومعالجتها يعد غير نافع إذا لم يتم نشر المعلومة وتوزيعها وإيصالها لمن يرغب فيها. ففي الغالب تسخَّر نسبة تبلغ **(90%)** من الوقت والموارد في مراحل البحث والجمع والمعالجة، في حين لا تمثل مرحلة النشر والتوزيع إلا(10%). إن المعلومة باهظة التكاليف؛ ولذلك ينبغي إيصالها إلى مستحقيها وإلى من هم في حاجة إليها في الوقت المناسب؛ ولضمان هذه المردودية يفترض تسهيل سير المعلومات وتنقلها.

عند التأكد من صحة المعلومة ينبغي أن تنقل إلى مستحقيها أو طالبيها وفق الشكل المرغوب، وذلك يعني أن يتم اختبار إذا ما كانت المعلومات تجيب عن الأسئلة المطروحة أو لا. إن هذه المرحلة لا تتم بصفة آلية، وإنما تعود إلى منهجية محددة. وتقوم عملية النشر على توزيع المعلومات على أولئك الذين أبدوا حاجتهم إليها، أو إلى أولئك الذين يُعتقد أنهم معنيون بها؛ فالمعلومات لا يمكن أن تكتسي طابعًا وجيهًا، ولا أن تكون نافعة، ولا ذات مردودية إذ لم توزع على الأشخاص المناسبين وفي الوقت المناسب.

(15) Bernat J. -P., Bruffaerts-Thomas J., Libmann A.-M., Descharmes S. et Libmann F., op. cit., p.35.

الورقة الثامنة

التوظيف السياسي والإعلامي للإنترنت في العمل التلفزيوني

د. سالم عطية الحاج

مقدمة:

تكتسب المعلومة الوجيهة والمؤكدة قيمة إستراتيجية للمؤسسة إذا ما أريد لها البقاء في محيط متقلب ومتغير باستمرار، بيد أن الحديث عن الانفجار المتعاظم للمعلومات يقود اليوم حتمًا إلى الحديث عن كيفية التعامل مع تلك المعلومات التي توجد على الإنترنت؛ حيث إن الإنترنت يعد الممثل الحقيقي للتكنولوجيا الحديثة للمعلومات والاتصال، فقد أصبح يمثل موردًا أساسيًّا للمعلومات المرغوبة، بل يمكن القول إن الإنترنت أصبح اليوم يمثل صورة افتراضية للحياة العادية. بتعبير آخر فإن كل الأعمال والأفعال التي تتم في الحياة اليومية يمكن القيام بها على الإنترنت؛ مما يقود إلى التنامي المتعاظم للمعلومات على الإنترنت يومًا بعد يوم؛ إذ نجد على الإنترنت المكتبات، والمعارض، والصالونات، والجامعات، والالتقاء بالآخرين، والتواصل مع الخبراء، كما يمكن الاستماع إلى وسائل الإعلام على اختلافها، والوصول إلى آخر المستجدات، والقيام بالبيع والشراء.

يتطلب الوصول إلى المعلومات على الإنترنت ضرورة التحكم في الوسائل والمنهجيات الخاصة والمبتكرة لذلك؛ فكل محترف لعملية البحث عن المعلومات على الإنترنت عليه اكتساب جملة من المؤهلات على مستوى ثلاثة أبعاد أساسية: ترتبط بكل من معرفة مختلف وسائل البحث أو الحد الأدنى منها، وخصوصية هذه الوسائل، وكيفية استعمالها. ثم انطلاقًا من تحكمه في هذه الوسائل عليه أن يطبق أحسن منهجية في أحسن وقت، وهو ما يبدو كافيًا إذا ما أريد البحث عن معلومات محددة وبسيطة، ولكن إذا ما كانت الرغبة في القيام ببحث معقد أو الحصول على معلومات دقيقة، فإن الأمر يتطلب اللجوء إلى الأعوان الأذكياء (ترجمة الكاتب).

إن العمل على تقديم معلومات حول كيفية استغلال الإنترنت كوسيلة للحصول على المعلومات يقوم على تحليل العناصر سالفة الذكر، والتي نعتمدها كخطة لتطوير عناصر الموضوع.

1. أشكال المعلومات على الإنترنت:

تجدر الإشارة قبل الوصول إلى كشف طرق التعامل مع المعلومات على الإنترنت إلى ضرورة تحديد الأشكال التي تتواجد بها المعلومات على هذه الشبكة. ويمكن النظر إلى الأشكال بوصفها المرتكزات أو الأوعية الحاملة للمعلومات الافتراضية؛ وبالتالي فمعرفة هذه المرتكزات وفهمها يمثل أحد العوامل المسهلة لمعرفة طبيعة المعلومات

الافتراضية ومعرفة كيفية الوصول إليها، ويمكن القول إن المعلومات على الإنترنت توجد على الأشكال التالية:

• **تحميل الملفات:** تسمح هذه الخدمة بتبادل الملفات على اختلاف أنواعها وأحجامها.

• **الرسائل:** وتسمح هذه الخدمة بتبادل الرسائل، إذ يمكن لكل مبحر على الإنترنت الحصول على عنوان إلكتروني من خلال برمجيات متخصصة.

• **قوائم النقاش والنشر:** أما قوائم النقاش، فهي عبارة عن صندوق بريد إلكتروني يتم إنشاؤه لأجل الاستقبال والإرسال الآلي أو الأوتوماتيكي لكل الأفراد الراغبين (المسجلين في هذه القوائم) لرسائل حول موضوع مهم بالنسبة لهؤلاء الأفراد. أما قوائم النشر فهي تسمح لمجموعة من الأفراد باستقبال معلومات على مستوى بريدهم الإلكتروني، هذه القوائم ليست للنقاش ولكنها لإرسال معلومات فقط.

• **مجموعات النقاش أو الأخبار:** وهي عبارة عن منتديات موضوعية، أو لمدة زمنية محددة، حيث يتم من خلالها تخزين الرسائل، ويتم السماح أيضًا بالتعرض إليها من قبل المستعملين.

• **الدردشة:** هي فضاء يقدم خدمة للحوار المباشر مع مستعملي الإنترنت في موضوع محدد مسبقًا، وهناك طرق عديدة للدردشة على الإنترنت.

• **الويب:** يقدم خدمة الوصول إلى معلومات مختلفة ومتعددة، وذلك على شكل صفحات، ليس فقط في شكل نصي ولكن أيضًا في شكل صور وصوت وفيديو. وهو يعد قرينًا حقيقيًّا للإنترنت، إذ إن الحجم الغالب من المعلومات في الإنترنت يكون على الويب.

• **المدونات:** جريدة شخصية يتم من خلالها نشر معلومات حول صاحب المدونة، يتم تحديثها يوميًّا، ويمكن القول إنها عبارة عن موقع ويب شخصي يتكون غالبًا من معلومات آنيّة يتم ترتيبها في الموقع حسب جدتها. وقد تم ميلاد هذا النوع من الخدمات على الإنترنت نتيجة لالتقاء البساطة التقنية للنشر على الإنترنت بالرغبة في النشر من قبل الأفراد.

• **الويب المخفي أو غير المرئي:** يتعلق الأمر بتلك المواقع التي لا يتم معرفة موقعها، ولا يمكن إلحاقها أثناء البحث بالقوائم المقدمة كنتائج للوسائل المستعملة لذلك. يتضمن الويب غير المرئي أو المخفي عددًا متنوعًا من مصادر المعلومات. وتلك المواقع تتطلب وسائل خاصة لأجل إظهارها.

2. منهجية البحث عن المعلومات:

ينبغي لأجل القيام بالبحث بطريقة فعَّالة ومجدية على الإنترنت اعتماد منهجية مساعدة على ذلك تأخذ بعين الاعتبار جملة من المحددات الأساسية التي يستحسن الالتزام بها، والتي يمكن تلخيصها فيما يلي:

1- التحديد: وذلك عن طريق معرفة طرح السؤال الجيد بشأن نوع البحث والموضوع بدقة، والهدف من البحث، والقيام بدراسة المفاهيم والبحث القبلي؛ فعندما نكون بصدد اعتماد الإنترنت للبحث عن المعلومات، فمن الأحسن أن لا نبدأ مباشرة بالبحث في الإنترنت.

2- التحكم: أن يكون لدى الباحث حد أدنى من التحكم في الوسائل المعتمدة في الإبحار والبحث، من خلال القدرة على التحكم في المحركات والفهارس؛ إذ من الأحسن مثلًا اعتماد أكثر من وسيلة أثناء البحث.

3- اعتماد المعالم: اعتماد أحسن المعالم المساعدة على البحث، كالدلائل والمواقع المتفردة (للجمعيات المهنية، والخبراء في ميدان معين). يعد الحصول على عنوان لموقع مهم بالنسبة للموضوع معلم مفيد ونقطة انطلاق جيدة للبحث؛ وذلك لأن الوصول إلى هذا الموقع يقود في الغالب إلى مواقع أخرى مهمة في التخصص، كما أن الموقع يعمد في الغالب إلى اختيار أفضل المراجع، وفي بعض الأحيان يقدم تزكية بشأنها، فهو كموقع متخصص يضع بين أيدي الباحث خبرة طويلة من البحث في نفس مجال البحث الذي يريده الباحث بأقل عناء وفي أقل وقت.

4- التحليل الدائم: القيام بالتحليل والنقد للمعلومات ومقارنتها مع بعضها البعض.

5- التوثيق: الاعتماد على تسجيل ما يتم البحث عنه من مختلف المصادر الموجودة في الإنترنت في سجل للمواقع والاحتفاظ بها واعتمادها بهدف تيسير الوصول إليها في حالة الحاجة مرة أخرى.

6- التقيد بالوقت: إذ لا يمكن التحول إلى عبد للبحث المعمق مهما كانت التكاليف، فالإنترنت في الغالب يساعد على الإجابة عن السؤال التالي: (أين نجد المعلومة؟)؛ فمن الأجدر البحث عن المعلومة التي تقود إلى المعلومة.

7- اختيار أفضل الكلمات المفتاحية.

8- الوضوح: أن يكون الباحث عن المعلومة واضحًا في أهدافه، وفي إستراتيجيته، وفي خصائص الاختيارات التي

يحددها مسبقًا كمعالم للبحث؛ وذلك في مواجهة التعدد الهائل الموجود من هذه الاختيارات والمحددات. يمكن للباحث عن المعلومة أن يكتفي فقط بتلك المواقع الغنية بالمعلومات، التي تعد أكثر إقبالا للباحثين، وذلك حسب الوقت المتاح له؛ إذ لا ينبغي أن يهدر وقته، وعليه أن يتفادى التشويش الذي تفرضه كثرة المعلومات وتعددها، وذلك على عكس موقف الخبير الذي لا يهتم في الغالب بتلك المواقع التقليدية، بل يبحث عن ذلك التشويش الذي يقوده إلى كشف الخطوط الضعيفة التي تقدم له الأولوية، فهو مستعد لتخصيص وقت كبير ومجهود أعظم لأجل المعلومة التي يبحث عنها.

9- البحث الفسيفسائي: ويكون من خلال البحث في المصادر التقليدية كالويب والمنتديات والمدونات، فالبحث عن طريق الإنترنت هو صيرورة دائرية تفرض المرور عبر مختلف أنماط الوصول إلى المعلومة.

10- الليونة: ويقصد بالليونة أن يقوم الباحث عن المعلومة بتطوير قدرته على القراءة السريعة والقيام بأكثر من بحث في وقت واحد، وأن يطور قدرته على التنقل ما بين المعلومات والاعتماد على مختلف الوسائل.

3. وسائل البحث على الإنترنت:

تعد وسائل البحث عن المعلومات على الإنترنت من بين أهم الوسائل التي تعرف تغيرات سريعة من أجل تقديم أفضل الخدمات لمستعمليها، كما أنها تتعدد وتتنوع بحسب المصادر أو المرتكزات الحاوية للمعلومات على الإنترنت. من جانب آخر فهي تُحدَّث، أي يتم تجديدها بسرعة فائقة حتى تواكب التطورات الحاصلة في المجال التقني المعتمدة عليه في هندستها.

تأخذ وسائل البحث أهميتها باعتبار أن المعلومات على الإنترنت لا توجد إلا في أشكال معينة، وأن الوصول إليها يستدعي جملة من الوسائل التي تعمل على إظهار هذه الأشكال؛ وبالتالي إظهار للمعلومات التي تحتويها، فحقيقة الإنترنت أنه جملة من الوسائل والتقنيات المتكاملة، والتي تعمل كلها على المعلومات ومن أجل المعلومات.

لقد أفضى تعاظم المعلومات على الإنترنت إلى تعاظم وسائل البحث وتطورها، بيد أن هذه الوسائل متعددة ومتنوعة ومختلفة في الأدوار التي تؤديها؛ وهو ما يتطلب من الباحث التحكم ومعرفة الحد الأدنى منها لضمان إبحار فعَّال

والتي يمكن تقديم بعضها فيما يأتي:

1 . فهارس البحث (Repertoire de Recherche):

وتسمى أيضًا الدلائل أو الملحقات. وهي عبارة عن وسيلة للبحث على الإنترنت تتضمن عددًا معينًا من المواقع الإلكترونية، وتتشكل من مجموعة من المحاور الأساسية: كالأحداث الآنية، الرياضة، الترفيه... إلخ، وهذه بدورها تتشكل من محاور فرعية. تتضمن هذه المحاور الفرعية مجموعة من أسماء المواقع. أمَّا عن هندسة الفهارس، فهي تعتمد على العمل اليدوي؛ إذ يتم معاينة الموقع وتقييمه من قبل مختص، وإذا ما تم تقدير أن الموقع جدير بالاهتمام وله أهمية يتم بعد ذلك إلحاقة بالمحاور الفرعية المحددة سلفًا.

يرتبط الأمر من جانب استعمال الفهارس بنمطين أساسيين: أولهما الإبحار وفق التشجير المعتمد في إعداد الفهرس، بالانتقال من المحور الرئيس إلى المحور الفرعي إلى غاية الوصول إلى الموقع المرغوب. أمَّا الطريقة الثانية فتعتمد على الإبحار من خلال اعتماد الكلمات المفتاحية، حيث يتم إدخال الكلمة المفتاحية في المكان المحدد الذي يظهر في الفهرس، وبعد البحث الأوتوماتيكي يقوم الفهرس بإظهار المواقع التي تتضمن الكلمة المفتاحية.

تسمح الفهارس بالبحث السهل والمتدرج وفق دليل فعَّال إلى غاية الوصول إلى المرغوب، كما تتيح الوصول إلى عدد من المواقع ذات النوعية الجيدة؛ وبالتالي الوصول معلومات ذات نوعية وفي صلب موضوع البحث.

في حين أن ما يؤخذ على الفهارس أن بناءها وهندستها تتم يدويًّا؛ وهو ما يجعلها عرضة للانتقادات من زاويتين أساسيتين: الزاوية الأولى أن المواقع المتواجدة على مستوى الفهارس ما دامت تخضع للتصنيف اليدوي فإنها لا تستطيع أن تواكب التطور والميلاد المتعاظم للمواقع الإلكترونية يوميًّا. وأمَّا الزاوية الثانية فتتمثل في صعوبة تحديث المواقع الموجودة على الفهرس في الوقت المناسب نتيجة اختفاء المواقع وتغير بعضها...إلخ. باختصار يمكن القول إن الفهارس تقدم مواقع ذات جودة؛ وبالتالي معلومات وجيهة ولكنها قليلة وغير مُحَدَّثة بالشكل اللازم.

نقدم فيما يلي بعضًا من الفهارس المعتمدة في البحث عن المعلومات:

بعض الفهارس الأساسية باللغة الفرنسية:

Yahoo France http://www.yahoo.fr

Nomade http://www.nomade.fr

Wanadoohttp://www.recherche.wanadoo.fr

LooksmartFrance http://www.looksmart.fr

بعض الفهارس الأساسية باللغة الإنجليزية:

Yahoo [http://www.yahoo.com

Looksmart [http://www.looksmart.com

Netguide [http://www.netguide.com

BonWeb [http://www.bonweb.com

About.com [http://www.about.com

2 . محركات البحث أو الروبوهات (Les moteurs ou robots search engine ou "bots" en anglais):

ظهر أول المحركات بداية من سنة 1993م. وهو يعمل بطريقة مخالفة تمامًا لعمل الفهارس التي تم ذكرها سلفًا. والذي يصنع الفارق هو أن المحركات تؤدي عملها آليًا وليس يدويًّا كما هو الحال في الفهارس، وأن الذي يقوم بالعمل الآلي هو الروبوت الذي يعتمد عليه كل محرك، حيث يقوم الروبوت بجملة من المهام:

مهمة مسح المعلومات وجمعها: يقوم الروبوت بتصفح ملايين الصفحات لمواقع الويب على الإنترنت، ثم يقوم باستنساخ للمواقع وتخزينها. أما عملية التصفح فهي تتم وفق برمجية معينة، وفي الغالب تقوم بها المحركات كل خمسة عشر يومًا.

مهمة الإلحاق: حيث يقوم بتحليل المعلومات المحصلة سابقًا بدرجة من الدقة، وإنشاء ملف خاص يتضمن كل المعلومات التي تم فحصها وجمعها. ويكون هذا الملف هو القاعدة التي تسمح لنا بالبحث عن المعلومات من

خلال الكلمات المفتاحية. وهنا تختلف عملية الإلحاق من محرك إلى آخر بحسب طريقة برمجته وهندسته، فهناك المحركات التي تعتمد على المضمون الكلي للمواقع، أو على الفقرات الأولى للموقع...إلخ.

أمَّا عن عملية الإلحاق، فيمكن النظر إليها بمثل ما تعتمده الكتب والموسوعات، فهي تعتمد على الملحقات، فمن أجل كل كلمة ذات دلالة يتم تحويل القارئ إلى دلالتها في الملحق، وهنا تعمل المحركات بنفس المنطق، فلكل كلمة يتم إلحاق قوائم المواقع التي تتضمن محتوياتها هذه الكلمة.

مهمة البحث عن المعلومات أو تقديم المعلومات للمستعملين: يوفر المحرك مهمة أساسية، وهي السماح باستغلاله من قبل المستعملين، وبذلك فهو يسير العلاقة بين الباحث والمعلومات، وذلك من خلال واجهة محرك البحث التي تيسر للمستعمل طريقة البحث من خلال التعبيرات التي يعتمدها في بحثه (الكلمات المفتاحية). وتتيح المحركات طريقتين للبحث عن المعلومات، وهما الطريقة البسيطة والطريقة المتطورة أو المعقدة (simple et avancée). أخيرًا يمكن القول إن محركات البحث هي أنظمة تقوم بالإلحاق الكلي نظريًّا لما هو متوافر من معلومات على الإنترنت، وهي عملية تتم بصفة آلية محضة. ولأجل البحث على المحركات؛ فإن الأمر يتطلب إعداد توليفة من الكلمات المفتاحية التي نراها مؤدية لغرض البحث، حيث تؤدي إلى استجابة المحركات لطلب المستعمل من خلال البحث عن المواقع التي تلبي الطلب وفقًا للتوليفة، ثم تقوم المحركات بإظهار نتيجة البحث المتمثلة في المواقع الإلكترونية من الأهم إلى الأقل أهمية.

من الأولويات التي تتيحها محركات البحث أنظمة الإلحاق، التي تتزايد وفقًا لتزايد المواقع؛ نظرًا لقيامها بالعمل آليًّا استنادًا إلى الروبوتات. كما أن عملية التحديث تتم تقريبًا دوريًّا وبصفة آلية، إضافة إلى أن المحركات حين استنطاقها فإنها تقدم عددًا هائلًا من المعلومات المرغوبة. ورغم ذلك فهناك بعض المآخذ على هذه الوسائل، والتي تكمن بالأساس في اختيار التوليفة المناسبة للوصول إلى المعلومة المرغوبة. كما أن عملية عرض نتائج البحث تتم بصفة آلية؛ وبالتالي فإن بعض المواقع لا تكون وجيهة من حيث معلوماتها، في حين يمكن أن تضيع المواقع الجادة في وسط الزخم الهائل لنتائج البحث الآلي، كما أن المحركات لا تقدم غالبًا نتائج المواقع المخفية، كما أن المحركات أيضًا بطيئة في تحديث معلوماتها نتيجة التطور المذهل لمواقع الإنترنت.

أمثلة لبعض محركات البحث:

بعض محركات البحث باللغة الفرنسية:

AltaVista France [http://www.altavista.fr

Ecila [http://www.ecila.fr

Voila [http://www.voila.fr

بعض محركات البحث باللغة الإنجليزية:

Alta Vista http://www.altavista.com

ouhttp://www.av.com

Fasthttp://www.alltheweb.com

Google http://www.google.com

HotBothttp://www.hotbot.com

Northern Light http://www.northernlight.com

المحركات المتعددة للبحث: (Les méta-moteurs ouméta-robots):

أمام التزايد الهائل والمتنامي للمعلومات على الإنترنت، وأمام محدودية الوسائل السابق عرضها، شهدت تكنولوجيا وسائل البحث ميلاد فئة جديدة تتمثل في المحركات المتعددة؛ وذلك من أجل تسهيل البحث. وهي تقوم على استخدام أكثر من وسيلة في آن واحد، وكذا الجمع بين أكثرها تنوعًا؛ إذ يمكن أن تستعين بالفهارس ومحركات البحث في آن واحد من خلال العمل بالتوازي، مع تفادي تقديم النتائج المتشابهة التي تصل إليها المحركات والفهارس المستعملة أثناء عملها في إطار المحركات المتعددة. وهي بهذا تسمح باستغلال العديد من الوسائل في الوقت نفسه؛ مما يؤدي إلى ربح الوقت، ومسح أكبر قدر ممكن من المواقع على الإنترنت، والوصول إلى بانوراما عامة عن الموضوع.

إن ما يؤخذ على هذه الوسائل أن الدقة في الوصول إلى النتائج لا تكون دائمًا في الموعد المناسب، كما أن من المحركات المتعددة ما يعمل على جمع محركات تختلف تمامًا في منطق عملها على المعلومات، كما هو الحال مثلًا في المحرك

المتعدد (PROFUSION)، الذي يعتمد على جمع نتائج كل من: (YAHOO) و(ALTA VISTA). ويمكن تقديم جملة من الأمثلة عن هذه المحركات المتعددة فيما يلي:

أمثلة عن بعض المحركات المتعددة:

MetaCrawlerhttp://www.metacrawler.com

Ixquickhttp://www.ixquick.com

Profusionhttp://www.profusion.com

Savvy Search http://www.search.com

Gogettemwww.gogettem.com

Kartoowww.kartoo.com

3. الأعوان الأذكياء (LES AGENTS INTELLIGENTS):

هناك العديد من الذين يعرفون العون الذكي بكونه "وحدة مرخص لها بالقيام بدور معين باسم شخص آخر". هذا التعريف يضع العون الذكي في نفس المكان مع عون الشرطة، أو عون الأمن، أو العون التجاري، وهذا منطلق جيد للوصول إلى إعطاء تعريف للعون الذكي بكونه "وحدة برمجية تمتاز بخصوصيات معينة تعمل وفق هدف لتحقيق جملة من النشاطات، وذلك لصالح وحدة أخرى، قد تكون هذه الأخيرة إمًّا وحدة برمجية، أو شخصًا طبيعيًّا. أما عن الخصوصيات التي تجعل من العون عونًا ذكيًّا، فهي ترتبط أساسًا بما يلي:

الاستقلالية: فالعون الذكي يمكنه الإقدام بكل قدرة على القيام بالمبادرة، كما يمتاز بقدرته الذاتية في مراقبة أفعاله، ويعني ذلك القدرة على التحديد الذاتي للأهداف وتنفيذها من دون مراقبة البشر.

القدرة على التعاون: فللعون التقني كل القدرة على التعاون مع أعوان آخرين مثله، أو التعاون مع أشخاص طبيعيين من أجل الوصول إلى أداء مهامه.

القدرة على التعلم: فالعون على استعداد للتأقلم مع احتياجات مستعمليه من خلال القيام بتحليل الأفعال التي يكون قد قام بها.

التوجيه بالهدف: يقبل العون الذكي التوليفات الدقيقة من الأشخاص الطبيعيين، ويعمل على إيجاد الطريقة المثلى للإجابة عنها.

الليونة: فأفعال العون الذكي ليست معدة ومعرفة كليًّا مسبقًا، فللعون القدرة على اختيار ما يقوم به وبأي ترتيب بحسب المحيط الخارجي الذي ينشط فيه.

البدء الذاتي: على العكس من البرمجيات التقليدية، فالعون الذكي هو الذي يختار الوقت أو اللحظة المناسبة لبدء نشاطه بحسب المحيط الخارجي.

الحركية: يمتاز العون الذكي بالقدرة على الانتقال من آلة إلى أخرى، ومن خلال مختلف الهندسيات والأرضيات المعلوماتية....إلخ.

إن كانت هذه هي جملة الخصوصيات المرتبطة بالأعوان الأذكياء، فإن الإشكال يكمن في **"هل الأعوان الأذكياء ينبغي أن يمتازوا بكل هذه الخصوصيات، أم أن هناك حدًا أدني ينبغي أن يتوافر فيهم حتى يكتسبوا صفة الذكاء"**. وبتعبير آخر ما الحد الأدنى من الخصوصيات الذي يمكن اعتماده لوصف العون بأنه ذكي؟ إن النقاش متواصل حول مسألة أسس تأهيل الأعوان إلى أذكياء، ولكن إلى حد الساعة لا يوجد هناك من الأعوان الذين يمتازون بكل الخصوصيات التي ذكرناها آنفا، ولكن من خلال المزج ما بين هذه الخصوصيات يمكن الحديث عن أربع عائلات أساسية للأعوان الأذكياء:

الأعوان النقالة (les agents mobiles):

خاصيتها الأساسية كامنة في قدرتها في التنقل على شبكة الإعلام الآلي من أجل القيام بجملة من المهام الدقيقة في استقلالية عن مستعمليها. وإذا كانت خاصية التنقل مهمة، إلا أنها غير كافية لتأهيل العون إلى أن يكون عونًا ذكيًّا، بل يتطلب الأمر من العون أن يمتاز بقدرة كافية من الاستقلالية من أجل معرفة أين يذهب ليجد المعلومات، وأن يبرز قدراته في مجال التعاون مع الأعوان الآخرين. ومن بين الأمثلة النوعية لهذا النوع من الأعوان ما قامت بتطويره كل من:

General Magic accessible a www.genmagic.com

IBM www.trl.ibm.co.jp

الواجهات الذكية (les interfaces intelligentes):

يمتلك هذا النوع من الأعوان خصوصيات كبيرة فيما يتعلق باستقلاليتها في نشاطها، مع تميزها المؤكد بقدرات في مجال التعلم، وتقدر أنها تشبه الأعوان الطبيعيين القادرين على التعاون مع المستعمل في نفس فضاء العمل. وهي بذلك تمتاز بقدرتها على التعاون مع المستعمل أكثر من التعاون مع الأعوان الآخرين، كما تكون قادرة على الاحتفاظ ببعض السلوكيات، وتقديمها كاقتراحات للاختيار بالنسبة للمستعمل. وهذا النوع من الأعوان كثير ومتعدد. وهو يمثل أنظمة الخبرة المساعدة، والتي نجدها حين تثبيت البرمجيات على الأجهزة، أو حين البحث عن المعلومات داخل أجهزتنا، إلى جانب تلك الأعوان التي تذكرنا أننا قمنا بتفقد المواقع الإلكترونية.

أعوان المعلومات (les agents d'informations):

عرف هذا النوع من الأعوان اهتمامًا منقطع النظير نتيجة الطلب المتزايد عليه من أجل تحسين عملية جمع المعلومات واستخدامها في الإنترنت. يقوم عملها على البحث ومتابعة المعلومات من مصادرها المتنوعة. وهي تستجيب إلى ما يقدمه لها المستعمل من أوامر نتيجة قدرتها على التعلم، كما يمكنها أن تقدم للمستعمل اقتراحات للعمل من خلال إثبات قدرتها على التعاون. وفي هذا الصنف من الأعوان يمكن أن نجد العديد من الخصوصيات، فهناك الأعوان الثابتة، وهناك المتنقلة، ومنها المتعاونة والمستقلة في نشاطها....إلخ

العون الذكي الحقيقي (le vrai agent intelligent):

وهي الأعوان التي ينبغي أن تمتاز بكل الخصوصيات سالفة الذكر التي تميز الأعوان الأذكياء، كالاستقلالية في الأداء، والحركية في الانتقال، والتعاون مع الأعوان الآخرين من أجل الوصول إلى المعلومات الوجيهة والمؤكدة، وهو حلم كل مستعمل يقظ. ولكن هذا النوع من الأعوان لم ير النور بعد.

إن هذه جملة من الأساسيات التي رأينا تقديمها في هذه الورقة حتى تكون بمثابة مرجعية مساعدة على الولوج والبحث عن المعلومات على الإنترنت الذي يُخفي أكثر مما يُظهر من معلومات. وتجدر الإشارة هنا إلى أن ما قدم من مواقع للاستشهاد يمكن أن يتغير أو يختفي نهائيًا باعتبار خصوصية الإنترنت التي لا تؤمن بالجمود.


المراجع

– Carlo revelli, intelligence strategique sur internet comment développer des activités de veille et d'intelligence économique sur le web, Dunod.2 emeedit, Paris, 2000.

– http://www.education.gouv.fr/bo/2006/29/MENE0601490A.htm.(Consulté le 02.11.2011).

– Olivier Dutard – Christelle LozachRechercher efficacement l'information sur Internet-Formation.http://bdp24.viablog.com..(Consulté le 02.11.2011).

– Xavier ciana. La recherche d'information sur internet: théories et diffusion des résultats. http://doc.rero.ch (Consulté le 02.11.2011).

– Eric boutin. la recherche de l'information sur internet au prisme de la théorie des facettes. Habilitation de diriger des recherches en sciences de l'information et de la communication. http://HDREricBoutin (Consulté le 02.11.2011).

– Recherche d'information sur le web.helec.polytech.unice.fr.(Consulté le 02.11.2011).

–Recherche d'information sur internet:où en sommes-nous, où allons-nous. http://htice.aix-mrs.iufm.fr.(Consulté le 02.11.2011).

– Institut d'innovation informatique pour l'entreprise. Recherche d'informations sur internet petit guide méthodologique.http://www.3ie.org.(Consulté le 02.11.2011).

–Françoise Adreit et all. la recherche d'information.http://moodle.insa-rouen.fr.(Consulté le 02.11.2011).

– Chercher de l'information sur le webinvisible.http://www.commentcamarche.net.mht.(Consulté le 02.11.2011).

– Centre pour la formation à l'information dans le secondaire. Chercher l'information quels outils quelles stratégie.http://www.det.fundp.ac.be.(Consulté le 02.11.2011).

– Georges BADR. Recherche d'Information sur le Web: Impact de la structure des documents sur la pertinence des résultats.http://www.irit.fr.(Consulté le 02.11.2011).

– Knowledge CONSULT. Veille sur Internet Panorama des outils..http://www.knowledge-consult.com.(Consulté le 02.11.2011).

– ADBS. Rechercher l'information sur internet. Support rédigé pour les stagesorganisés par l'ADBS en 2001.http://www.servicedoc.info.(Consulté le 02.11.2011).

– ADBS. Rechercher l'information sur Internet: approfondissement des méthodes Support de cours commun– Aout 2005. http://www.servicedoc.infof.(Consulté le 02.11.2011).

– Anita LARGOUET. la recherche d'information sur internet. http://www.u-bordeaux3.fr..(Consulté le 02.11.2011).

المداخلة الثامنة

فنيات التحرير - الكتابة للتلفزيون نموذجًا -

أ. عمار عبد الرحمان

مدخل عام:

يعد فن الكتابة للتلفزيون جزءًا من فن الإعلام، يقوم على أساليب ومقومات ولغة خاصة به، ويمر وفقه الخبر التلفزيوني بمراحل تتمثل فيما يلي:

* الحصول على الأخبار وجمعها.
* اختيار الأخبار (عملية الانتقاء).
* صياغة الأخبار وتحريرها.
* إعداد الأخبار في شكلها النهائي.

إنّ تحرير الخبر التلفزيوني يقتضي بالضرورة اعتماد أسلوب مختلف تمامًا عن أسلوب تحرير نفس الخبر في الصحافة المكتوبة؛ لأنه يعتمد على الجانب الشفهي الذي يتميّز - حسب فقهاء الاتصال- بسهولة اللفظ، وقصر الجمل، والمعاني المركزة، فضلًا عن أنّ القواعد العملية التي تحكم الأسلوب في كتابة الخبر التلفزيوني تمتاز ببساطة الجملة وبساطة الفقرة، من خلال استخدام الألفاظ المألوفة التي تحمل معنى واحدًا بقدر الإمكان.

وقيمة الخبر التلفزيوني تظهر في ألفاظه التي تحمل معنى و**تتميّز بالقوة والوضوح**. كما أنّ أسلوب الخبر التلفزيوني يقوم على استخدام صيغة المبني للمعلوم، وصيغة المخاطب، وأسلوب الفعل المضارع لتميُّز الخبر بالآنية.

ومن القواعد العامة في كتابة الخبر التلفزيوني نذكر ما يلي:

* يجب استخدام جمل بسيطة ومعبرة وتراعي ثقافة الجمهور.
* يجب أن تكون الكلمات المستخدمة منتقاة بشكل راق ولغة سليمة[1].
* كتابة الأسماء كما تنطق.
* استخدام الزمن المضارع لإشعار المشاهد بالآنية.
* يجب الابتعاد عن صيغة المبني للمجهول واستخدام المبني للمعلوم.

(1) يوسف مرزوق: **فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية (مصر)، 2009م.

* يفضل استخدام ضمير المخاطب في الكتابة لإعطاء المشاهد الإحساس بالخصوصية، (مثلًا: عندما نقوم بزيارة المتحف.. بدلًا من: إن الزائر للمتحف).

* استخدام الكلمات التي تضيف الجديد للنص.

* الابتعاد عن الكلمات المجردة التي لا يدركها المشاهد.

* يجب كتابة الأرقام بالحروف لصحة النطق بها.

* كتابة الكلمات بمعناها كاملة، وتجنب الاختصارات والرموز.

* يمكن للكاتب أن يقتبس من اللقاءات أو الحوارات التي تمّت بالبرنامج، ويكون ذلك بالاقتباس مباشرة من كلام الضيف، أو اقتباس جزء منه، أو الاقتباس مع إعادة الصياغة.

* أن تكون الكتابة موجزة ومتفقة مع الصورة.

* أن يعتمد الكاتب على عنصري التشويق وإثارة الاهتمام.

وتمر عملية الكتابة للتلفزيون بمحطات نلخصها فيما يلي[2]:

1- مهارات الإعداد: وتمتاز بما يلي:

- سلاسة الأسلوب اللغوي.
- الإيجاز في النصوص.
- السرعة في الإيقاع.
- مناقشة القضايا الساخنة.
- الاستعانة بمصادر معلومات وإحصائيات وأرقام.
- التخصص (معالجة موضوعات معينة).
- التفاعل مع الجمهور.
- توظيف الصورة بشكل جيد.

(2) على عبد الرحمان: **فنون ومهارات العمل في الإذاعة والتلفزيون**، عالم الكتب، القاهرة(مصر)، 2008م، ص55.

2- خطوات الإعداد: وتتمثل فيما يلي[3]:

- اختيار الفكرة.
- تحديد الهدف.
- تحديد الجمهور.
- جمع المعلومات.
- حسن اختيار الضيوف وصياغة الأسئلة.
- التسجيل أو التصوير.

كما تتوافر في كتابة الأخبار التلفزيونية مجموعة من الشروط نوجزها فيما يلي:

- **الآنية:** ومعناها السرعة في إذاعة الخبر.
- **الأهمية:** ومعناها تقديم ما يهم المشاهدين.
- **السرعة:** ومعناها بث الخبر بسرعة.

فن التحرير التلفزيوني:

يحتوي التلفزيون بحكم طبيعته وخصائصه كل وسائل التعبير البصرية، كالصورة المتحركة والثابتة، والرسوم الإيضاحية، وغيرها، كما يحتوي وسائل متنوعة من وسائل التعبير الصوتي، كالكلمة المنطوقة، والموسيقى، والمؤثرات الصوتية.

وعلى غرار الصحافة المكتوبة، فإنّ الألوان الصحفية في التلفزيون تتباين حسب الانتماء، فتنقسم إلى فنون الرأي، أو الإخبار، أو الاستقصاء، أو الإبداع (التعبيري). وتقسم المادة الإعلامية بشكل عام إلى أربعة مستويات:

1- **نشرات الأخبار:** أساسها الخبر.

2- **التحليلات الإخبارية:** أساسها الشرح والتفسير للخبر.

(3) علي عبد الرحمان، نفس المرجع السابق، ص55.

3- التعليقات السياسية: أساسها إبداء الرأي في الخبر والتوجيه للرأي العام.

4- البرامج الإخبارية والسياسية: أساسها المناقشة حول أخبار لأحداث جارية.

أما الألوان الصحفية المعتمدة في التلفزيون فهي:

- الألوان الخبرية: الخبر والتقرير.
- الألوان الاستقصائية: التحقيق.
- الألوان التعبيرية والإبداعية: الريبورتاج والبورتريه والحوار.
- ألوان الرأي: التعليق.

الخبر التلفزيوني: ويتمثل أساسًا فيما يلي:

التغطية المباشرة: تحاول القصة الخبرية المباشرة أن تقدم تقريرًا متوازنًا عن حدث معيّن، وأن تنقل الوقائع بدون تفسير.

التقرير الاستقصائي (التحقيق): ينطلق ليثبت الحقيقة أو التزييف، فهو يأخذ موقفًا، وغالبًا ما يبدأ بفرضية مفادها أن هناك خطأً ما. ويقوم التقرير الاستقصائي على الحياد، (أي عدم التحيّز)، ويهدف إلى إثبات شيء ما أو دحضه.

التحليل الإخباري: يرتبط بشرح الأخبار وتفسيرها. وتعتمد كتابته على خبر يقوم المحرر بتحليله (أي شرحه) وإضفاء معلومات توضحه دون إبداء وجهة النظر فيه. (هو عملية عرض الحقائق والمعلومات حول الخبر).

التعليق السياسي: يقوم على أساس إبداء الرأي في الأخبار والتوجيه للرأي العام. فالخبر هو أصل العملية الإعلامية، ومنه يولد الرأي. وكاتب التعليق السياسي يجب أن يتمتع بالخبرة والثقافة الواسعتين بالمجال السياسي والأخبار، كما يجب أن يكون واسع الإطلاع، وله القدرة على الإقناع. ويعتمد كاتب التعليق السياسي على المقدمة الجذابة لشد المشاهد إلى مواصلة الاستماع، والبداية تكون عبارة عن طرح سؤال أو قصة رمزية لتشويق المشاهد. والتعليق السياسي في التلفزيون، يتناول في الغالب فكرة واحدة فقط، يتم في المقدمة عرض الفكرة العامة مع ربطها بالخبر مباشرة.

الحوار التلفزيوني: يعتبره الكثير من الخبراء العمود الفقري للبرامج التلفزيونية. وهو يرتكز بالأساس على الأسئلة المطروحة التي تحمل مواصفاتٍ علميةً دقيقةً، كتجنب طرح الأسئلة المصاغة بطريقة تحتمل الإجابة بالنفي أو الإيجاب (أي: لا أو نعم)، فأسئلة الحوار يجب أن تكون مباشرة وبسيطة، كما أنّ الحوار يعد ناجحًا إذا ما اعتمد على شخصية مقدمه وخبرته في الميدان وموهبته وسعة خياله، بالإضافة إلى تنوع ثقافته والإطلاع على أحوال الناس لإرضاء أذواقهم. كما يجب على الصحفي أن يبقي الأسئلة ضمن مجال اختصاص الشخص الذي يحاوره، ويتعيّن عليه تفادي طرح الأسئلة المباشرة في بداية الحوار؛ فمن المؤكد أنّ سؤالًا وديًّا افتتاحيًّا قبل البدء في التصوير يمكن أن يؤدي إلى إذابة الجليد وتيسير الحوار[4].

(4) إيرفينغ فانغ: ترجمة أديب خضور: الأخبار الإذاعية والتلفزيونية: التحرير...التصوير...العرض...التقديم، المكتبة الإعلامية، دمشق (سوريا)، 2009م، ص 171.

المداخلة التاسعة

منهجيات التحليل السياسي في الإعلام المرئي "التلفزيون" حسب الأنواع الصحفية

فائزة تخلف

مقدمة:

تمتاز النصوص السمعية البصرية بخضوعها لسنن خطابية متعددة تؤطر توليد السرد (الأخبار) والتصوير والصوت؛ ومن ثم تكتسي البِنَى الخبرية قيمتها الفنية الحجاجية لمدى تقيدها بمبدأ التزامن واحترامها له. والمقصود بالتزامن التوازي المنطقي بين المقاطع السردية واللقطات التصويرية، بحيث يقع الانسجام بين مستويات السرد الإخباري ومدلولاته من جهة وتوالي اللقطات ونوعيتها من جهة ثانية. وإن دققنا الأمر قلنا أن التزامن يتعمق بحيز التطابق بين وجهات النظر السردية ووجهات النظر التصويرية. ومتى علمنا -تبعًا لهارتلي ومونتغمري Hartely et Mont-gomery- بأن لكل لقطة وجهة نظرها وبؤريتها الخاصة؛ لزم عن هذا العلم ضبط دلالة الحركات التصويرية وفق ما يقتضيه التحول السردي، وفهم آليات بناء النص الخبري وتشكيله تبعًا لما تفرضه طبيعة الأنواع الصحفية. فما أهم الإجراءات المنهجية الموظفة لكشف شبكة العلاقات بين العناصر السياسية في الإعلام التلفزيوني؟ وكيف تتفرغ هذه الإستراتيجيات التحليلية لتؤطر الأبعاد النوعية للخطاب الإعلامي المرئي؟

1- من تحليل المضمون إلى تحليل الخطاب:

لقد خضعت إنتاجات التلفزيون -كوسيط إعلامي جماهيري- في الدراسات التقليدية لأوصاف خارجية تعالج الظواهر الصحفية في علاقتها المباشرة بالمجتمع، والتاريخ، والسياسة[1]؛ فلزم عن ذلك انحصار الاهتمام العلمي في مساءلة التجليات السطحية للمضمون الإعلامي: التوجه السياسي، الموقع الاجتماعي، الوضع الاقتصادي، الوظيفة الحضارية....وهكذا شكلت المساءلة العامة للجوانب الخارجية المحور الأساسي في المقاربات التقليدية للخطاب الصحفي والتواصل الجماهيري[2]؛ بناء عليه، لم تتعد المقاربات التقليدية للخطاب التلفزيوني الكشف عن مختلف الجهات التمثيلية للمؤسسة الاتصالية: مجتمعيًّا وسياسيًّا. وانسجامًا مع هذا التصور، واعتمدت المرجعية النظرية والمنهجية للعلوم الاجتماعية بفرعيها: المجتمعي والسياسي[3]. ولما تقيدت الملامسات التقليدية منهجيًّا ونظريًّا، وجب أن تتقيد بما ينساق مع المنظومة المرجعية من ظواهر إعلامية ومحاور صحفية وقضايا اتصالية[4]؛ وعليه،

(1) Frederic Jost: Introduction à l'analyse de la télévision, Paris: édition Ellipses, 1999, p.19.

(2) Charles Normand: Méthodologies composées, Paris: édition Armond Colin, 2009, p.11.

(3) IBid, p.13.

(4) Roger Odin: Essai sur l'analyse du discours visuel, Paris: Le harmattan, p.37.

مالت إلى تكثيف البحث في البِنَى الكبرى للتلفزيون كوسيلة جماهيرية: إطار المؤسسة، طبيعة الجمهور، مجال التأثير، الوظائف الإيديولوجية المباشرة وغيرها.

وتقييمًا للأوصاف التقليدية، برزت مقارنة تحليل المضمون، التي أخذت مكانًا بارزًا في أبحاث الاتصال الجماهيري. إنها مقاربة تتوخى ضبط المضامين المعرفية للنصوص الإعلامية في مستوياتها الدلالية الصريحة؛ ومن ثم ظلت البِنَى العميقة مهملة في أدبيات تحليل الخطاب، التي اعتنت بالالتزامات النصية والتخاطبية للخطاب الإعلامي(5).

فلنحدد أولا المنهجين التحليليين المختلفين، حتى نتمكن من تبين الدوافع العلمية والمنطقية للانتقال الإجرائي في مقاربات تحليل الخطاب الإعلامي -المرئي خاصة- من تحليل المضمون الإمبريقي (Analyse de contenu empirique) إلى تحليل المضمون السيميولوجي (Analyse de contenu sémiologique).

2- تحليل المضمون الإمبريقي ودلالة البيانات الكبرى للمحتوى التلفزيوني:

لقد وجهت مقاربة تحليل المضمون جهازها الواصف نحو وسم البيانات الكبرى للمحتوى التلفزيوني. والمقصود بذلك، تركيز النظر على المؤشرات الاجتماعية والسياسية كما تعرضها المضامين الإعلامية وتطرحها: إن تأثيرًا أو تأثرًا. على أن آلية هذا التحليل اتصفت بوضعين أساسيين: أولهما الاسقاط، وثانيهما التعميم.

أما وصف الإسقاط، فيعيد جريان السمات المجتمعية على المضمون الإعلامي، كما يفيد تبعية النص التلفزيوني للسياق الذي أنتجه إنتاجًا انعكاسيًّا(6).

وأما وصف التعميم، فمفاده اقتصار تحليل المضمون على تناول إشكالات فرعية قد تعمم فرضياتها ونتائجها على قضايا أصلية. وما كان لهذين الوصفين أن يتولدا لولا ميل التحليل المضموني إلى بناء المقولات الإحالية للرسائل الإعلامية الجماهيرية على المستوى السياسي. واستشكالًا، لا يستجيب البناء الإحالي إلا للتساؤل عن أسباب إنتاج المحتوى الإعلامي، أهدافه، وآثاره؛ لتظل مسألة كيفية البناء شبه مهملة.

(5) IBid, p.39.

(6) Claude Tiercelin: L’analyse de contenu des médias, Paris Edition Gallimard, 2005, P.34.

آليات وصف المضمون:

إذا كانت منهجية تحليل المضمون تعتمد على تثبيت المقتضيات الكبرى للنسق الإعلامي؛ فإنها تستند في ذلك إلى تشكيل عينات مقصورة، ومعالجة معطيات محصورة؛ ومن ثم تقوم آليات التحليل بتمثيل المعطيات، إما محوريًّا من خلال ضبط الموضوعات الأساسية التي يطرحها المضمون الوسائطي، وإما من خلال تحسين القضايا الدلالية للمحتوى الإعلامي العام[7]؛ وبناء عليه، يتفرع تحليل المضمون إلى فرعين متكاملين، هما: التحليل الكمي، والتحليل الكيفي.

أما التحليل الكمي، فيعتمد آليات صورية ترتكز على إحصاء الوحدات الإعلامية؛ لحصر مساراتها البنيوية والدلالية؛ ولذلك يتم استثمار التقنيات الحسابية والقياسية في ترجمة معاني النص الإعلامي إلى معادلات صورية ومجردة.

أما التحليل الكيفي، فيروم تأويل المعطيات الإحصائية وتعليلها، وتبرير النتائج العددية المتوصل إليها. ويعتقد هذا النمط التحليلي أن الذي يشفع له في تسديد تأويلاته وتشييدها يكمن في محصول التحليل الكمي؛ ومن ثم ترتكز التأويلات الكيفية على السند الخارجي الصوري بدل الارتكاز على النيات العميقة التي تشمل مستلزمات الوحدات الإعلامية ومقتضياتها بدلالاتها الأسلوبية والحجاجية[8].

بناء على ما سلف؛ يمسي التأويل مجرد آلية لإسناد المعاني وإعراب الدلالات: إن بنيويًّا أو إيديولوجيًّا؛ مما قد ينتج عنه حصر دلالات النص الإعلامي في قصد أحادي مغلق[9].

ها هنا، تصبح القراءة المضمونية أحادية البعد، لا تستجلب رمزية القضايا الإعلامية المحورية؛ وعليه، ترتبط التأويلات بمجرد تفسير سطحي للمعطيات الإحصائية، دون التوسل بآليات وإجراءات علمية تتجاوز تصنيف الظواهر اللغوية والأيقونية لتقارب العلاقات السببية والروابط اللزومية لارتباط هذه البِنَى[10].

وإذا كانت تلك هي المحددات المنهجية لتحليل المضمون كميًّا وكيفيًّا؛ فإن مستجدات العلوم الحديثة ومستحدثات المعارف المعاصرة أجبرت الباحثين في مجال الاتصال على مساءلة هذه المحددات ومناقشتها بحثًا عن كفاءة علمية وصفية جديرة بالاعتماد الإجرائي.

(7) Ibid, P.36.

(8) Henri Souriau: l’univers filmique, paris édition Dunod, 2002, P.21.

(9) Christian Pinson: écrits sur l’analyse de contenu, paris, édition Payot, 2004, P.77.

(10) Ibid., P.79.

3- من تحليل المضمون إلى تحليل المحتوى السيميولوجي:

لن ندعي إطلاقًا أن تحليل المضمون - نظرية ومنهجا- قد زاغ عن مسار الرصانة العلمية، ولكنه جهاز إجرائي ركز في ملامسته لقضايا الاتصال الجماهيري على الجوانب الموضوعية والكمية في وصف النصوص الإعلامية، وهي عناصر أولية فقط، تستخدم كمداخل إجرائية لفهم العلاقات الخفية والروابط المضمرة التي تقود إلى استنطاق الأبعاد الإيديولوجية والسياسية لمضمون الخطاب الإعلامي.

يعد الخطاب الإعلامي في التصور التجديدي نسقًا نصيًا يعيد إنتاج وجهات نظر سياسية وإيديولوجية؛ ولذلك فإن تفكيكه وتناوله يقتضي الاعتماد على مقاربة التحليل السيميولوجي، التي تقوم على مفهوم النسق (système)، والآنية (synchronie)، والدليل أو العلامة -اللغوية أو الصورية-(signe)[11]. وبهذا الثالوث ترتبط هذه المقاربة التي تعد من أهم طرق البحث الكيفي (Méthodes d'études qualitatives)[12] أصوليًا بالإرث البنيوي الذي اعتمدته مختلف العلوم الإنسانية (الأنثروبولوجيا، علم النفس، السوسيولوجيا، الأدب...) في الوصول إلى نتائج علمية لم تكن لتبلغها لولا اعتماد هذا الأسلوب العلمي[13]. وبهذا السياق المرجعي يكون التحليل السيميائي أفضل نهج يسلط الضوء على الآليات التي تنتج من خلالها المعاني في المضامين الإعلامية، ويكشف عن العلاقات الداخلية لعناصر النسق، ثم يعيد تشكيل نظام الدلالة بأسلوب يتيح فهمًا أفضل لوظيفة الرسالة الإعلامية داخل النسق السياسي. وقد بينت الباحثة Julia Kristeva الغرض من التحليل السيميائي قائلة: "هو مجموعة التقنيات والخطوات المستخدمة للبحث في صيغ اكتمال حلقة الدلالة في نسق معين، هو الأسلوب العلمي الذي يكشف، يحلل، ينقد المعني في نظام ما، ينتقد أيضًا العناصر المكونة لهذا المعنى ولقوانينه"[14]. وبهذا يختلف التحليل السميولوجي اختلافًا جوهريًا عن تحليل المحتوى الإمبريقي الذي أثبت تراجعه في البحوث المعاصرة، إذ تأكد أنه لا يهدف إلى فهم ميكانيزمات المعنى بقدر ما يسعى لجمع مؤشرات (indications) دالة لفهم محتوى الرسالة[15]؛ وهو ما جعل تحليل المحتوى يظل مجرد وسيلة وليس غاية. ويؤكد هذا الطرح لويس باردن (Louis Bardin) في قوله: "تحليل المحتوى هو مجموعة تقنيات لتحليل

(11) Richard Spies: la télévision dans le miroir: théorie, histoire, et analyse des émissions réflexives, Paris: l'harmattan, 2005, P.86.

(12) Jean Derrida: sémiologie et grammatologie, la Haye, Mouton, 1992 P.15.

(13) Ibid., P.17.

(14) Julia Kristeva: recherches pour une sémanalyse, Paris seuil, 1982, P.22.

(15) R. Quivy et L. V. compotoriot: introduction à l'analyse de recherches sociales, Paris, seuil, 1980, p.216.

الرسالة الإعلامية، لا يتعدى هدفها وصف محتوى الرسالة وصفًا كاملًا لاستخراج (inférer) معلومات متعلقة بظرف إنتاج هذه الرسالة وتلقيها (condition de production et de réception)[16].

4- مرتكزات التحليل السيميولوجي النقدي:

يخضع الخطاب التلفزيوني في تحليله لمقومات اللغة السيميائية، التي تفرض مساءلة مكونات الصورة ولغة الكاميرا والتفريعات التبيانية لضرورة المونتاج أو التوليف[17]، وهو ما يستلزم إجرائيًّا إخضاع المحتوى التلفزيوني لطريقة التقطيع التقني (Le découpage technique)، واستقراء مختلف عناصر اللغة السنيمائية المتراوحة بيت دلالات التأطير (Le cadrage)، الذي يعد -حسب مارسال مارتان- (Marcel Martin): "من بين أهم الأدوات الضرورية لبلورة الواقع وعكسه على الشاشة"[18]. وكذا معاني اللقطات (Plans) التي تعد مقياس الصورة المؤطرة. إنها تشير وتحدد حجم الموضوع المصور. وهي تتوقف على المسافة بين الكاميرا والموضوع محل التصوير، ولكل لقطة دلالتها ومغزاها.

كما يتضمن العنصر السيميائي الإنجازي في تحليل المضمون التلفزيوني بحث محفزات التواصل غير اللفظي الأخرى، مثل: زوايا التقاط الصورة (Angles de prise de vue)، حركات الكاميرا (Les mouvements de la caméra)، عمق الصورة (Le fond de l'image)...، وغيرها من المكونات البنيوية والوظيفية للمحتوى السمعي البصري ولنسقه الخطابي[19]. وتجدر الإشارة في هذا المقام إلى وجود عدة مقاربات تحليلية في فهم الخلفيات السياسية والإيديولوجية للمحتوى التلفزيوني، منها:-

مقاربة رولان بارث (Roland Barthes)، التي تقوم على استكشاف البناء الدلالي الأولي ضمن نظرية التعيين (La dénotation)، واستنطاق الإستراتيجيات الخطابية الكامنة والرسائل الخفية (Les messages latents) في ثنايا الرسالة التلفزيونية ضمن استدلالات التضمين (La connotation)[20].

(16) Louis Bardin: L'analyse de contenu, Paris, P.V.F., 193, p.43.

(17) Jean Réthoré: Fonction sémiotique de la télévision, Paris: édition Gallimard, 2009, p.301.

(18) IBid, p.304.

(19) Henri Pavret: L'énonciation à la télévision, Paris: édition Dunod, 2006, p.107.

(20) Roger Odin: pour une sémiogramatique de la télévision, Paris: édition: Armand Colin, 2010, p.69.

(صورة رقم 1)



3-1-4-3 اللقطة العامة: Plan général

استعمال هذه اللقطة هو توظيف للمكان ، وتواجد شخص داخل هذا الفضاء له ارتباط بأهمية الفضاء المحيط به و تثمين له .

(صورة رقم 2)



3-1-4-4 اللقطة الشاملة: Plan d' ensemble

تعتمد هذه اللقطة خاصة على الشخوص أو الشخص داخل فضائه ، وتحاول أن تجعله في الواجهة ، بكامل أجزائه الجسدية ، وكذا ببعض مكونات الحدث الدرامية كالشخوص الثانوية الأخرى وبعض من الديكور . . .

(صورة رقم3)



كما يمكن إخضاع عملية تحليل المضمون التلفزيوني لآليات ضبط العلاقات التواصلية ارتكازًا على الأدوار البنيوية المسندة للعناصر التركيبية. وهنا نستحضر النموذج الوظيفي الذي طرحه رومان جاكبسون (Roman Jacobson) لتعيين دلالة فعل التواصل اللفظي والإخباري. يتأسس هذا النموذج المستحضر على مكونات وعناصر توضحها الصيغة التالية:

4- الاتصال

1- المرسل ------ 2- الرسالة ---------- 3-المتلقي

5- المدونة

6- الوضع

ولا يتقوم اشتغال كل عنصر في العملية التواصلية إلا بالاقتران بوظيفة دلالية ووجودية ينجزها عبر تعلقه ببقية العناصر المكونية[21].

(21) Roger Audin: pour une sémiogramatique de la télévision, Paris: édition: Armand Colin, 2010, p.70.

خاتمة:

حاصل الكلام عن التنظير لمنهجيات التحليل السياسي للخطاب التلفزيوني هو أن المقاربات تختلف باختلاف الأنواع الصحفية. فالخبر القصير المصور يختلف في مراحل وأدوات تحليله، عن التصريح المصور أو الريبورتاج، أو التعليق أو التغطية الإخبارية. فخصائص النوع (Le genre) تفرض اللغة المصاحبة والجهاز الإجرائي الملائم لاستكشاف مكوناتها المحورية والدلالية.

ورشة عمل

تحضير برنامج تلفزيوني

د. عمار بوسعدة

(تقسيم المشاركات إلى أربع (4) مجموعات لتحضير برنامج أو حصة تلفزيونية.)

المطلوب:

حاولن تحضير برنامج أو حصة تلفزيونية حول مشاركة المرأة العربية في الهيئات السياسية المنتخبة باتباع الخطوات العلمية والعملية لكيفية إعداد برنامج تلفزيوني:

1- تعيين الفكرة العامة للبرنامج أو الحصة.

2- اختيار القالب الفني للبرنامج، إمَّا حواري أو غير حواري.

3- تحديد المدة الزمنية للبرنامج، 13 أو 26 أو 52 دقيقة.

4- اقتراح عنوان ثابت للبرنامج أو الحصة (..).

5- موضوع حلقة البرنامج، (مدى مشاركة المرأة العربية في الهيئات المنتخبة).

6- البحث وجمع المعلومات والوثائق حول الموضوع من مختلف المصادر.

7- تحديد الغرض والأهداف من اختيار الموضوع والنتائج المنشودة من الحلقة.

8- المحاور الرئيسة المقترحة لمعالجة الموضوع وفق الأهداف والنتائج المرسومة للحلقة.

9- التساؤلات التي يمكن طرحها على الضيوف.

10- تحديد الضيوف المقترحين للمشاركة في الحلقة (في الأستوديو، وعبر الأقمار الصناعية، وعبر الهاتف والإنترنت وغير ذلك).

11- الاتصال بالضيوف والتنسيق معهم.

12- تحديد الجمهور المستهدف.

13- وضع النص أو السيناريو الأدبي التوضيحي.

14- إنجاز ورقة الطريق للبرنامج.

15- الاجتماع بفريق البرنامج.

16- ضبط الأمور مع المنتج لتوفير الوسائل التقنية والميزانية اللازمة.

17- متابعة تنفيذ المهام التحريرية والتسجيلية والتقنية الموزعة على فريق البرنامج في الاجتماع، من صحفيين، ومراسلين، وتقنيين، وغيرهم.

18- التأكد من جاهزية أشرطة الفيديو المسجلة والاتصالات بالمشاركين في البرنامج.

19- تنفيذ الإخراج (وضع سيناريو الإخراج وتنفيذه من خلال عمليات التصوير والمونتاج والمزج).

20- التسجيل أو البث المباشر.

21- الاجتماع مع فريق البرنامج لتقييم الأداء لكل الأعضاء.

نموذج لورقة الطريق لبرنامج تلفزيوني حواري

اليوم..........

رئيس التحرير............................ المقدم................

المخرج.................................. المنسق..............

عنوان البرنامج....................... المركب.............

عنوان الحلقة..........................

الفقرة. التوقيت بالدقيقة.

1- شارة البرنامج.

2- تقديم الحلقة بواسطة المذيع أو المقدم.

3- الترحيب بالضيوف والتعريف بهم.

4- فيديو تسجيلي مناسب.

5- طرح المحور الأول للنقاش مع الضيوف في الأستوديو.

6- اتصالات تليفونية.

7- التعقيب عليها.

8- فاصل إشهاري.

9- طرح المحور الثاني.

10- اتصالات عبر الأقمار الصناعية.

11- التعقيب عليها.

12- استقبال فاكسات ورسائل بريدية عبر الإنترنت.

13- طرح المحور الثالث للنقاش.

14- ختام الحلقة بواسطة المذيع.

15- شارة النهاية.

المداخلة العاشرة

البرامج السياسية في التلفزيون من التصور إلى الإنجاز وفق منهجية تسيير المشاريع

د. سالم عطية الحاج

تعيش المؤسسة بشكل عام ومؤسسة التلفزيون بشكل خاص في واقع مفعم بالتغيرات، خصوصًا في ظل التطورات شديدة السرعة المسجلة في مجال التكنولوجيا وتكنولوجيا الاتصال. ولكي تحافظ المؤسسة على ديمومتها في تلك الموجة من التغيرات؛ فإن ذلك أصبح مرهونًا إلى حد كبير بمدى اعتمادها على مخرجات التكنولوجيا حتى تساعدها على تلبية الرغبات المتعددة لجمهورها.

هذه الوضعية ككل ترفع من مستوى التحديات المفروضة على المؤسسة، ولاسيما على مستوى قدرتها التنافسية؛ مما يستدعي منها ضرورة الإنتاج بأكبر سرعة ممكنة وبالمعايير المحددة للاستجابة لحاجيات جمهورها أمام سوق متقلبة باستمرار. إن تنافسيتها أصبحت هكذا مرهونة بسرعتها في الاستجابة لتحديات المحيط، والتي تتجسد من خلال تقليص فترة تطوير سلعها وإنتاجها، ووضعها في متناول جمهورها.

لكن صيرورة الإبداع من الفكرة إلى السوق طويلة ومعقدة، فهي تتطلب عددًا من المتدخلين في مجال يتطلب مؤهلات متعددة، وتعترضه معوقات عديدة. إن هذه الصيرورة تقوم على التنامي الطبيعي والتدخل المكثف للمتغيرات المؤثرة فيها. إن صيرورة الإبداع هذه تصبح اليوم الثمرة الناضجة للتسيير الحديث؛ لذلك فإن الاستعانة بما يقدمه التسيير في هذا المجال قد يفيد كثيرًا المؤسسات على اختلافها، بما فيها مؤسسة التلفزيون.

تهدف هذه الورقة التكوينية إلى تقديم المبادئ والمنهجيات التي يمكن اعتمادها في المجال السمعي البصري؛ من أجل إعداد برامج إعلامية جديدة وإنتاجها. إنها تعرض كيف ترافق منهجيةُ تسيير المشروع إعداد برنامج إعلامي وإنتاجه انطلاقًا من المرحلة الابتدائية للتصميم (الفكرة) إلى غاية مرحلة الاستغلال والتقييم.

من المشروع إلى المنتج الإعلامي كمشروع:

تقود عملية البحث بشأن كيفية إعداد البرامج التلفزيونية ضمن الأدبيات المتوافرة إلى استنتاج الاتفاق الحاصل بين أغلبها على اتباع نفس النهج، أو على تركيب لجملة من المراحل المتوالية والمتعاقبة زمنيًّا؛ وبهذا لا نكون قادرين علميًّا على تحدي واقع حتمي أكثر من أن نكون قادرين على محاولة تأطير نهج إعداد البرامج وإنتاجها من خلال ربطها بمنطق تنظيمي محض، يقوم على منهجية مساعدة على التفكير والإنجاز، كما أنها تقدم -بالإضافة إلى ذلك- جملة من الإجراءات والوسائل والأدوات المساعدة على ضمان فاعلية الأداء.

باختصار نحاول أن نقدم كيفية إعداد برنامج تلفزيوني وإنتاجه من خلال إخضاعه لمنهجية تسيير المشروع. أما تبريرنا لهذه المزاوجة، فيقوم على أساس أن التلفزيون في النهاية إنما يقدم منتجات سمعية بصرية لجمهوره هي كمخرجات لمشروعات موجودة ضمن مؤسسة التلفزيون؛ فكلمة مشروع يبدو أنها أكثر الكلمات تداولًا ضمن فضاء مؤسسة التلفزيون، والتي تكون نهايتها في الغالب منتجات.

ولتدعيم اللجوء إلى المزاوجة التي قدمناها آنفًا يبدو أنه من الضروري النظر إليها من زاوية أعمق، من خلال محاولة تكييف البرنامج التلفزيوني مع فكرة المشروع؛ فإذا ما حصل الاتفاق بين المفهومين فمن السهل الاقتناع بأهمية تسيير البرامج التلفزيونية بمنطق تسيير المشروعات.

ما معنى المشروع؟

يعرف المشروع بأنه "مخطط عمل مجموعة من الأنشطة المتناسقة والمتكاملة والمرتبة في الزمان والمكان من أجل تحقيق أهداف محددة، وذلك عبر تعبئة الموارد المادية والبشرية الضرورية". كما يعرف المشروع بأنه "طريقة متميزة تسمح ببناءٍ ممنهجٍ ومتنامٍ لحقيقة مستقبلية". و يعرف المشروع على بأنه "مجموعة من النشاطات التي ينبغي تنفيذها لأجل تحقيق هدف محدد في إطار مهمة محددة، ولأجل تنفيذ هذه النشاطات ينبغي تحديد ليس فقط تاريخ للبداية ولكن تاريخ للنهاية أيضًا.

ولأجل تقريب فهم كلمة مشروع، والعمل على تكوين معنى حقيقي لها في الذهن نقول إنه من الضروري التعرض إلى تحديد الخصوصيات الأساسية لمفهوم المشروع انطلاقًا من التعريفات السابقة.

خصوصيات المشروع:

قدمت الأدبيات التنظيمية العديد من التعريفات لمفهوم المشروع لا يمكن البحث فيها كلها بقدر ما أردنا الاستعانة ببعضها لأجل وضع البرنامج التلفزيوني ضمنها، وهو ما يقتضي المرور عبر نفق خصوصيات المشروع.

يمكن النظر إلى المشروع من زاوية أنه يمتاز بما يلي:

- المحدودية في الزمن، ويعني ذلك أن المشروع مقيد زمنيًا، وغير متواصل مثل العمليات التقليدية، فللمشروع تاريخ بداية كما أن له تاريخ نهاية.

- الهدف من المشروع، فلا يمكن تصور مشروع بدون هدف؛ إذ يعد هذا الأخير لب المشروع، كما لا يمكن قيام أكثر من مشروع على نفس الهدف.

- تلبية حاجة فريدة، وهي النتيجة النهائية للمشروع.

- الاعتماد على مجموعة من الوسائل المادية والبشرية، والحاجة إلى بعض الأدوات والإجراءات والمنهجيات المساعدة على تخطيط العمليات وتنفيذها ومراقبتها.

من جانب آخر يمكن النظر إلى المشروع من زاويتي التميز بالانفرادية والتعقيد. تنتج سمة التعقيد المرتبطة بالمشروع من كون أن هذا الأخير يتطلب موارد ووسائل وكذا كفاءات، والتي لا تتوافر غالبًا في نفس الوقت في يد سلطة واحدة؛ الأمر الذي يتطلب التنسيق لضمان تكاملها في العمل لغاية تحقيق هدف المشروع. بينما تلتصق سمة التميز بالمشروع لأنه لا يوجد مشروعان متجانسان حتى ولو كانا متشابهين؛ ويعود ذلك إلى تسيير كل مشروع من البداية إلى النهاية.

البرنامج التلفزيوني ومنطق المشروع:

إن الغاية الأساسية من الحديث عن المشروع وخصائصه إنما تبدو ملحة ليس لذاتها وإنما لأجل إسقاطها على البرنامج التلفزيوني، أو بعبارة أخرى لتكييف البرنامج التلفزيوني مع عقلية المشروع. والسؤال الذي نسعى للإجابة عنه هنا هو: هل يمكن اعتبار البرنامج التلفزيوني مشروعًا؟

نعتقد أن العبور إلى فكرة أن البرنامج التلفزيوني مشروع يمر حتمًا عبر مدى ملاءمته -أي البرنامج التلفزيوني- للتعريف المعتمد للمشروع، وكذا مدى إمكانية إخضاعه لخصوصيات المشروع.

إذا ما بدأنا بالتعريف فإننا نستطيع القول إن البرنامج التلفزيوني هو في النهاية محصلة للإنتاج في التلفزيون أو للتلفزيون. أما عملية الإنتاج البرامجي للتلفزيون، فهي عملية إدارية إبداعية، تهدف إلى تحويل مجموعة من الأفكار إلى مجموعة من الصور والأصوات توضع في قالب فني بهدف توصيلها إلى جمهور المشاهدين والتأثير فيهم.

هذه العملية الإبداعية تحتاج إلى تكاتف، وتحتاج إلى كفاءات عديدة في مجالات الإدارة، والتخطيط، والمحاسبة، والتصوير بكل أنواعه، والصوت، وفنون الإضاءة، والديكور، والأزياء، والماكياج، والتمثيل، والمؤثرات، والتسويق، والبحوث.

كما أن الإنتاج التلفزيوني يحتاج إلى التخصص. وهو في نهاية الأمر عمل جماعي يتطلب البحث عن الكفاءات والموارد وجعلها تتناغم في آن واحد لأجل تجسيده.

ينظر إلى البرنامج التلفزيوني على أنه مسعى متميز يسمح ببناءٍ ممنهجٍ ومتنامٍ لواقع يطمح أن يحول إلى منتج. وهو هكذا يتجسد بناءً على ما يُحَدَّد ويوضع حيز التنفيذ من وسائل لتلبية الرغبات والحاجيات المعبر عنها من قبل الجمهور. فالبرنامج التلفزيوني يتطلب بدهيًّا هدفًا ومجموعة من الأفعال والنشاطات التي ينبغي القيام بها بفضل جملة من الموارد المتاحة. وهو بذلك يمتاز بالخصائص التالية:

- تلبية رغبة محددة وحيدة ومنفردة.

- يقوم البرنامج على هدف خاص محدد زمنيًّا من خلال تاريخ للبداية وآخر للنهاية.

- يتطلب البرنامج التلفزيوني تدخل تخصصات عديدة، ومتباعدة الواحدة عن الأخرى؛ الأمر الذي يتطلب ضرورة التنسيق بينها.

- يقتضي البرنامج في إنجازه ضرورة احترام الوقت والتكاليف والنوعية المرغوبة.

بناءً على الخصائص سالفة الذكر فإن البرنامج التلفزيوني لا يمكن أن يكون إلا مشروعًا يستفيد مما يستفيد منه المشروع في مختلف حلقات إنجازه. إنه يستفيد من الوسائل التي تسمح للتلفزيون من اتخاذ القرار في الوقت المناسب، بما يساعد على الالتزام واحترام التعهدات بخصوص نوعية البرنامج التلفزيوني، وتكاليفه، ومدة إنجازه.

إن ما يقدمه المشروع للبرنامج هو أنه يجعله نشاطًا أساسيًّا تنبؤيًّا يقوم على ضمان الترابط التكاملي بين ثلاثية المحددات المتحكمة فيه، والمتمثلة في: النوعية، والتكلفة، والوقت. وهي الرهانات الحقيقية لضمان تنافسية الإنتاج التلفزيوني. في مقابل أنه يعمل على دمج جملة من المبادئ متعددة التخصصات، والمستقلة في علاقتها مع بعضها البعض؛ وهو ما يتطلب توافر رؤية محددة للتسيير قادرة على الجمع بين كل هذه المتناقضات.

في الحقيقة إن اعتماد مقاربة أو طريقة معينة في ميدان معين مرتبط بما تقدمه هذه الطريقة أو المنهجية من أولويات مقارنة مع السلوكيات والمنهجيات التقليدية المتبعة والراهنة. إن من المنطقي أن نلحظ هنا قوة التصادم ما بين القديم والجديد، ما بين المعتاد وغير المألوف.

نقول إن المشروع يقوم على منهجية مضبوطة تراعي ثلاثية مهمة لا يمكن التغاضي عنها في الإنجاز، وهي رهانات مرتبطة بالأساس بالتكلفة والوقت والنوعية، بوصفها التحديات التي تقدم منهجية تسيير المشروعات هندسة وافية بشأنها؛ لتقود إلى الهدف بأقل التكاليف، وبضمان النوعية المرغوبة دون إهدار للوقت؛ بالتالي فإن الهدف من إخضاع إنتاج البرامج التلفزيونية لمنهجية تسيير المشروع هو الوصول إلى برامج ذات نوعية في الوقت المناسب واللازم وبتكلفة تنافسية.

لأجل ضمان التنسيق والتوافق الضروريين لمجموع النشاطات المتدخلة في إنجاز برنامج تلفزيوني؛ فإنه من الأجدر أن لا تترك هذه النشاطات للعفوية والاعتباطية، ولكن ينبغي أن يتم وضع أنماط للتنظيم والتسيير حيز التنفيذ، بحيث تقوم على جملة من المفاهيم والمنهجيات والوسائل المعتمدة بالأساس على علاقة من نوع (زبون- مورد)، سواء كان ذلك داخل المؤسسة أو خارجها، وهي مستمدة بالأساس من أدبيات تسيير المشروع.

البرنامج التلفزيوني كمنتج:

يعرف المنتج على أنه نتيجة لجملة من النشاطات أو لتسيير معين، وهو يمثل استجابة لحاجة معبر عنها، وقد يكون في النهاية ماديًّا أو غير مادي. والبرنامج التلفزيوني لا يخرج عن هذا الإطار كونه نتيجة أيضًا لجملة من النشاطات التي تهدف في النهاية إلى الاستجابة إلى حاجة معبر عنها من قبل الجمهور، أو نابع من إيمان التلفزيون بضرورة تقديم معلومات يراها ضرورية بالنسبة للجمهور حتى يسمح له بالتصرف وفقًا لها.

نشير في هذا الصدد إلى أنه مهما يكن نوع البرنامج التلفزيوني، والجمهور المستهدف من ورائه، فإن الانشغالات تبقى نفسها، يعني أنه ينبغي تقديم إجابات بخصوص جملة من الرغبات في ظل جملة من الشروط، وفي سياق خاص. ما يسوق إلى القول إن المشكلات تبقى ذات طبيعة واحدة؛ فمنها يتم استنطاق الأهداف المعقدة التي تتطلب وضوح العمليات، والفصل ما بين الأدوار المختلفة لكل من التصميم، والتنفيذ، والاستعمال والتنسيق ما بين مختلف المتدخلين، وتحديد الأهداف المرتبطة بالنوعية، والوقت، والتكاليف.

تسيير إنتاج برنامج تلفزيوني:

إذا ما جئنا للحديث عن تسيير إنتاج البرنامج التلفزيوني باعتماد منطق تسيير المشروع، فإننا نجد أنه يأخذ بعين الاعتبار ثلاثة عناصر أساسية:

- الهدف، والذي يمكن الإعراب عنه من خلال النوعية، والتكلفة، والوقت.
- الوسائل المرتبطة بالموارد (البشرية، والتقنية، والمعلومات، والمال)، وتنظيمها في إطار البرنامج كمشروع.
- الشروط والعوائق التي يمكن أن تعترض إنجاز البرنامج، والتي على أساسها يمكن تحديد ما يمكن فعله.

إن الطريقة التي تأخذ في الحسبان هذه العناصر الأساسية لإنتاج البرنامج، والتي من خلالها تسير ترابطاتها وعلاقاتها مع بعضها البعض، هي التي تحدد نوعية إدارة الإنتاج السمعي البصري؛ إذ تقتضي الطبيعة الاستثنائية للمنتج السمعي البصري وضع التنظيم الخاص والوقتي حيز التنفيذ، والذي يكون في الغالب منفصلًا عن التنظيم التقليدي الأصلي للمؤسسة، وينشأ خصيصًا وفقًا لمتطلبات البرنامج.

المعروف أن الغاية النهائية للبرنامج التلفزيوني هي إشباع حاجة معينة؛ لذلك فإن إعداد البرنامج ينبغي أن يأخذ بعين الاعتبار الانشغالات التالية:

- توقع الأحداث.
- الليونة في المراحل الأولى للبرنامج بالنسبة للاختيارات التقنية والتنظيمية؛ حتى يتم القيام بالتعديلات الممكنة.
- النظرة النسقية من أجل إيجاد الحلول التي تفرض تكاليف التنفيذ ومدته، والنجاعة التقنية، وكذا توافر الموارد لذلك.

إن إنجاز البرنامج التلفزيوني يصبح أمرًا معقدًا يحتاج إلى تنظيم لأدائه، و هو الأمر الذي لا يمكن أن يكون بدون بنية للقيادة تتمتع بالسلطة التي تكفل لها اتخاذ القرارات الضرورية لضمان إنجاز البرنامج.

إدارة إنتاج البرنامج التلفزيوني:

من أجل ضمان السير الفعَّال لإنجاز برنامج تلفزيوني يتطلب الأمر أن يتم وضع تنظيم خاص طيلة فترة الإنجاز، يمكن تسميته بفريق البرنامج، ويضم مختلف الفاعلين المتدخلين طيلة مراحل الإنجاز. هذا التنظيم غير الدائم يختلف بحسب كل مؤسسة. وهو يقوم بالإضافة إلى مهام التخطيط التقني والاقتصادي للبرنامج بالأخذ بعين الاعتبار

مجموعة العناصر الأساسية سالفة الذكر التي يقوم عليها البرنامج، وكذا النشاطات والفاعلين الذين يتدخلون طيلة فترة حياة البرنامج. يكون هذا الفريق تحت قيادة رئيس يدعى رئيس البرنامج توكل له المهام التالية:

- تحديد الأهداف والوسائل، والتنظيم، ووضع برنامج العمل.

- التنسيق ما بين المهام المتتابعة أو المتوافقة زمنيًّا.

- ضمان التكيف مع المستجدات أثناء الإنجاز على جميع الأصعدة المرتبطة بالبرنامج (التنظيم، الوسائل، الموارد...إلخ).

- تسهيل الحصول على الموارد في إطار النظرة الشاملة للبرنامج.

وبالإضافة إلى إدارة البرنامج التي تُعزى إلى الرئيس فإن الأمر يتطلب تنظيمًا للعمل.

تنظيم العمل:

يتطلب البرنامج التلفزيوني عددًا من المؤهلات التي في الغالب لا نجدها على مستوى شخص واحد؛ وهو بذلك يتطلب عددًا من المتدخلين بعدد من التخصصات والمؤهلات، سواء كان تدخلهم من خلال عملهم بالوقت الكامل، أو من خلال تدخلهم لساعات محددة. إن مجمل هؤلاء الأشخاص الذين يلون أداء هذه الوظائف يكونون مسيَّرين ومنسَّقين في عملهم من قبل رئيس البرنامج؛ وهو الأمر الذي يتطلب الأخذ بأحد الطرق التالية لتنظيم عملهم:

الطريقة الأولى:

إن الأفراد الذين يحتاجهم البرنامج يبقون ضمن وظائفهم المعتادة، وتحت سلطة مسئوليهم المباشرين. ويكون لرئيس البرنامج أن يقدم تعليماته إليهم عن طريق هؤلاء المسئولين. وهنا تكون مسئولية رئيس البرنامج محدودة على الأفراد، كما تصبح عملية التنسيق ما بين وظائفهم صعبة بحكم أن المسئول المباشر هو الذي يملي أولوياته، سواء بالنسبة للبرنامج، أو بالنسبة للموارد، وهذه الطريقة تعد أحد الأنماط التي تتبع بشكل كبير، إلا أن ما يؤخذ عليها هو أنها أقل نجاعة.

الطريقة الثانية:

وفيها يكون الأشخاص المرغوب في كفاءاتهم ومؤهلاتهم تابعين إلى رئيس البرنامج مباشرة، ودون أية عوائق تنظيمية، وذلك طيلة المدة المرغوبة، والتي يقتضيها البرنامج، ليتم بناءً على ذلك تكوين بنية تنظيمية مؤقتة بقيادة رئيس البرنامج، وتابعة مباشرة إلى المسئول الأول عن المؤسسة. يسمح هذا النوع من التنظيم بضمان قدرٍ عالٍ من التنسيق بين المؤهلات المطلوبة؛ وبالتالي بين النشاطات التي يتطلبها البرنامج، كما يتيح وضوحًا في الأهداف عند كل المستويات التنظيمية وعلى مستوى العمليات.

الطريقة الثالثة:

تقوم الطريقة الثالثة والأخيرة فيما يتعلق بتنظيم العمل على المزاوجة ما بين الطريقتين السابقتين، وهو ما يسمح بالاستفادة من إيجابياتهما في آن واحد. وتسمح هذه الطريقة في النهاية بالوصول إلى النتائج الجيدة بالنسبة للبرنامج، كما أنها تسمح بالاستغلال الأنسب للموارد المتاحة بالنسبة للمؤسسة. أما ما يعاب على هذه الطريقة، فذلك أنها تجعل الأفراد تحت سلطتين مختلفتين، وربما متعارضتين في بعض الحالات؛ مما يصعب على الأفراد أداء الأدوار والقيام بالمهام المنوطة بهم في إطار البرنامج.

تنظيم المهام:

يتطلب البرنامج التلفزيوني القيام بالعديد من المهام؛ ولذلك فإن إعداده وإنجازه يتطلبان إطارًا مرجعيًّا موحدًا مشتركًا بين مختلف الفاعلين؛ من أجل تحديد كل الأعمال الضرورية والكافية للتسيير، سواء على المستوى التقني، أو الاقتصادي، أو الإداري.

وهنا نشير إلى أن اعتماد هيكلية المهام (ORGANIGRAMME) هو بامتياز الوسيلة التي ينبغي أن تكون مرتبطة بتسيير البرنامج التلفزيوني وإعداده وإنتاجه؛ الأمر الذي يتطلب هنا العمل على تحديد الأهداف من وراء هذه الهيكلية، وتبيين أهميتها في إعداد البرنامج وإنتاجه، وعرض المبادئ التي يؤسس عليها، وكيفية إعداده وتسييره.

الهدف من هيكلية المهام:

الهيكلية هنا تعني التقسيم الشامل والمنتظم لمجموع النشاطات التي تقود إلى إنجاز البرنامج، والذي يسمح بتحليل المهام والوسائل الكفيلة بإنجاز المنتج السمعي البصري، وذلك طبقًا للحاجة المراد تلبيتها. وتلعب الهيكلية دورًا أساسيًّا في التسيير المتناسق لإعداد البرنامج وإنجازه، مع أخذ الأهداف المعبر عنها، سواء على صعيد الفاعلية أو التكاليف أو الوقت، بعين الاعتبار؛ وهو بذلك يعد وسيلة للبناء، والاتصال، والتسيير. كما تساعد هيكلية المهام على التحكم في المنتج المراد إنجازه، والوسائل المستعملة، والموارد المتاحة، والشروط الواجب مراعاتها.

يمكن من خلال وجود هيكلية للمهام توجيه الجهود، والسماح لكل متدخل في البرنامج من التتبع المستمر والدوري لما يقوم به، وذلك بالرجوع إلى نفس المرجع لمجموع المهام المسندة إليه. فهيكلية المهام تتسم بالوحدة والشمولية والاستقرار على طول فترة البرنامج؛ وهو ما يسمح بالانسجام والتكامل في الأداء لبلوغ الهدف.

إعداد الهيكلية:

يعتمد إعداد هيكلية المهام على تحليل البرنامج إلى عناصر يمكن تنفيذها أو القيام بها، مع الأخذ بعين الاعتبار الارتباط المتنامي لهذه المهام، وكذا الوسائل الواجب تسخيرها لإتمامها بهدف الوصول إلى النتيجة النهائية. وبما أن الهيكلية تقوم على المهمة كوحدة لا يمكن تجزئتها إلى ما هو أبسط منها؛ فإن هذه الأخيرة تمتاز بما يلي:

- تهدف إلى إنجاز شيء معين.
- ترتبط بنوع واحد من النشاطات.
- تتطلب تسخير تكاليف، ووقت، ومال، وموارد (بشرية، مالية) ووسائل، ومعلومات.
- محددة زمنيًّا ببداية ونهاية.
- في ارتباط عضوي وحتمي مع غيرها من المهام.

مما سبق يمكن النظر إلى البرنامج التلفزيوني من حيث إمكانية تقسيمه إلى جملة من المهام تساعد على تحديد الوسائل المقابلة والكفيلة بالإنجاز، مع وضوح رؤية توزيعها على فريق العمل، وتحديد مجموعات للمهام؛ وهكذا

يصبح البرنامج التلفزيوني بلغة الهيكلية مجموعة من المهام الداخلة في علاقات ترابطية فيما بينها، وموجهة نحو هدفها النهائي، حيث إن ترابطها يقتضي أنه لا يمكن القيام بمهمة من دون أداء المهمات السابقة عليها عضويًّا؛ ولذلك فإنه يمكن اللجوء إلى تشكيل المجموعات المتجانسة من المهام بناءً على إمكانية اعتمادها على نفس الوسائل، أو تلك التي تحتاج إلى نفس المؤهلات. كما أن عملية تحديد العدد الإجمالي للمهام الداخلة في إنجاز البرنامج تقود في النهاية إلى ضرورة تبيين العلاقة العضوية بينها حتى يسمح ذلك بترتيبها زمنيًّا وفقًا لما تقتضيه هذه العلاقة العضوية بينها.

من جانب آخر فإن هيكلية المهام تسمح للمتدخلين بما يلي:

- تحديد المهام الواجب القيام بها وتنظيمها.

- التوفر على قاعدة موحدة لأجل تنسيق المهام، والتحكم في سير إنجاز البرنامج.

- كما تصبح هيكلية المهام وسيلة حقيقية للاتصال؛ فهي تقدم بناءً مشتركًا لأجل تبادل المعلومات المختلفة التي يفرضها الهدف، وهو ما ينتج عنه بناء شبكة للتبادل من خلال التنظيم الخاص بكيفية إنجاز البرنامج، ومن خلال تحديد المسئوليات.

سير البرنامج:

لأجل التقليل من الأخطار التقنية والاقتصادية والتحكم في الوقت فإن إنجاز البرنامج ينبغي أن ينظَّم من خلال الاعتماد على طريقة خطوة بخطوة، والتي تسمح بضمان التوجه نحو الهدف، ويمكن تلخيص هذه الطريقة في جملة من المراحل التي يمر بها إنجاز البرنامج التلفزيوني كما يلي:

- مرحلة تحديد الحاجة.

- مرحلة التصميم الأولي.

- مرحلة التطوير والإنتاج.

- مرحلة البث التقييم.

مرحلة تحديد الحاجة:

تشتمل هذه المرحلة على مجموعة المهام التي تسمح بالتحديد الدقيق والجيد للحاجات والرغبات الوظيفية للبرنامج (أي الوظيفة التي سيؤديها البرنامج)، ثم الانتقال من هذه الأخيرة إلى تحديد الحاجة الخاصة، ليتم تحويل الحاجة الوظيفية إلى حاجة تقنية، إن هذا ما يسمح بالتحديد الدقيق للأهداف من خلال اعتماد مناهج للتحليل الوظيفي، وإعداد الخصوصية التقنية للحاجات المحددة وظيفيًّا. وهي مرحلة مهمة في حياة البرنامج لأنها تقود إلى استخلاص حاجة الجمهور منذ الإحساس بها إلى غاية وضعها في شكلها النهائي.

مرحلة التصميم الأولي للبرنامج:

تضم هذه المرحلة مجمل المهام التي تسمح بوضع أو تقدير مختلف أوجه الحلول، وتقود إلى اختيار أفضلها من حيث القدرة على تحقيق الأهداف المرتبطة بالفاعلية والتكاليف والوقت. وينبغي هنا أخذ ارتباط الحلول بالدعم اللوجستي بعين الاعتبار.

إن مرحلتي تحديد الحاجة والتصميم الأولي للبرنامج يمكن ختمهما بمهام تسمح بالتأكد من وجود توافق ما بين الخصوصية التقنية للحاجة، والحاجة الوظيفية المعبر عنها من الجمهور المستهدف من البرنامج. كما تسمح من جانب آخر بالتأكد من وجود توافق ما بين التصميم الأولي والخصوصية التقنية للحاجة، وأن هذا يتوافق أيضًا مع الخيار المعتمد من جوانب الفاعلية، والتكاليف، والوقت.

مرحلة التطوير والإنتاج:

أما مرحلة التطوير، فتقوم على احتواء كل المهام المرتبطة بالتصميم المفصل للبرنامج، والتي تقود إلى التحديد الكلي للبرنامج انطلاقًا من الحل المختار آنفًا والحاجة الخاصة، وكذا دراسة الوسائل الأساسية، والإجراءات التي تضمن أن ما تم تحديده يمكن تحقيقه، يعني إنتاجه. وتهدف المهام المتضمنة هنا إلى ما يلي:

- توفير الوسائل وطرق التسيير والتأكد من ملاءمتها.
- إعداد ملف تعريفي وافٍ يسمح بمعرفة كيف يمكن إنتاج البرنامج واستعماله.

أما مرحلة الإنتاج، فهي تشتمل على المهام التي تقود إلى الانتقال بالبرنامج من حالة التحديد إلى حالة الإنجاز، وهي تتضمن المهام التالية:

- توفير المستلزمات الضرورية للإنتاج.
- إنتاج مكونات البرنامج.
- المراقبة أثناء إنتاج مكونات البرنامج.
- تركيب المكونات المنتجة لتكوين البرنامج النهائي.

مرحلة البث والتقييم:

تشتمل على جملة المهام التي تتم على البرنامج كمنتج نهائي، وتتضمن قبول البرنامج من قبل طالبيه، ويتم من خلال الاعتماد على كل التبريرات النظرية والتجريبية التي تؤكد أن البرنامج المنجز يستجيب للرغبة المحددة. إن قرار قبول البرنامج هو الفعل الذي من خلاله يصرح طالبه أنه يستجيب لكل الاحتياجات التي عبر عنها.

ثم بعد ذلك تأتي تلك المهام التي ترتبط بدمج البرنامج ضمن الشبكة البرامجية، والتي تأخذ بعين الاعتبار دائمًا الحاجة التي وجد لأجلها، والجمهور الذي يوجه إليه؛ وعليه يتم اختيار الوقت المناسب للبث التلفزيوني. وتأتي بعد ذلك المرحلة المكملة، والمرتبطة بتقييم البرنامج من خلال جملة المهام التي ينبغي القيام بها لمعرفة رد فعل الجمهور بشأن البرنامج بوصفه الحكم الحقيقي لقياس مدى قدرة البرنامج على عكس تلك الحاجات الوظيفية التي عبر عنها الجمهور وقادت إلى إنجاز البرنامج.

إن المرور بهذه المراحل للوصول بالبرنامج إلى صورته النهائية الكفيلة بإشباع الحاجات المعبر عنها تقتضي ضرورة التحكم في الأبعاد الثلاثة التي قلنا إنها تشكل رهانًا حقيقيًّا أمام البرنامج، والممثلة في التكاليف، والوقت، والنوعية.

التحكم في التكاليف:

تفرض عملية التحكم في التكاليف القيام بالمهام التالية:

- حساب التكاليف التقديرية لإنجاز البرنامج، والتكاليف أثناء تسليم البرنامج.
- التحديث الدائم للتقديرات المالية.

- تحليل الاقتراحات المالية للموردين.
- تسجيل المصروفات ومتابعتها ومقارنة المصروفات بالتقديرات.
- حساب الفروق ما بين التقديرات والمصروفات، ودراسة مختلف النتائج المتحصل عليها.
- اقتراح الإجراءات التصحيحية وتنفيذها.

تقدير التكاليف:

على صاحب البرنامج أن يحدد وبدقة متناهية المعلومات الاقتصادية التي يحتاجها لأجل تقدير تكلفة البرنامج. ويكون الموردون هنا هم المصدر الأساسي للحصول على هذه المعلومات. ويتم تقدير التكلفة أثناء مرحلة التطوير، حيث يتم تقدير تكلفة التطوير والإنتاج والاستعمال.

وتعد هيكلية المهام المرجع الأساسي في تقدير التكاليف انطلاقًا من تقدير تكلفة كل مهمة، وهي تسمى بالطريقة التحليلية، وهي الطريقة الأكثر استخدامًا في تقدير تكلفة المشروعات.

التحكم في الوقت:

تتم عملية التحكم في الوقت لتحقيق الأهداف التالية:

- تقدير مدة إنجاز الأعمال، وتسخير الوسائل اللازمة لها.
- تقدير المدة الزمنية الكلية اللازمة لإنجاز البرنامج، من خلال تحديد العلاقات العضوية بين المهام وترتيبها زمنيًّا.
- ترتيب المهام بشكل بنائي متكامل.
- تغذية مختلف المستويات التنظيمية المشرفة على الإنجاز بالمعلومات اللازمة والتي تسمح بالسير الحسن للإنجاز.
- الرد وبالسرعة اللازمة على كل المشكلات التي يمكن أن تعترض المهام.
- تحديد المهام المفتاحية لإنجاز البرنامج ومتابعتها، لاسيما تلك المرتبطة بتواريخ الطلبات أو تواريخ تسديد المستحقات.

التحكم في النوعية:

يتم تحديد نوعية المنتج أثناء تحديد طبيعة البرنامج التلفزيوني، على أن ترتبط نوعية المنتج بتحقيق رغبة الجمهور المعبر عنها، مع مراعاة الجوانب التقنية للإنتاج السمعي البصري. إن الهدف من التحكم في النوعية هو تحسين الصورة النهائية للبرنامج، أما تحقيق ذلك فيمر عبر المراحل الأساسية التالية:

- التخطيط للنوعية: وهنا يتم تحديد معايير الجودة التي يجب اعتمادها لإنجاز البرنامج، ثم تحديد الكيفية التي ينبغي اعتمادها للوفاء بها وتلبيتها.
- ضمان النوعية: ويعني تقييم النجاعة الكلية للبرنامج من خلال قياس مدى استجابته للمعايير التي تم التخطيط لها مسبقًا.
- مراقبة النوعية: تقوم على متابعة نتائج البرنامج لتحديد ما إذا كان مطابقة للمعايير النوعية؛ وذلك بهدف القضاء على الأسباب التي تقود إلى نتائج لا تلبي الرغبات المحددة.

وفي النهاية يمكن القول إن الجمهور هو الحكم الأخير لمدى قدرة البرنامج على الوفاء بالرغبات المعبر عنها.

زيارة ميدانية للتلفزيون الجزائري:

في اليوم الثالث من برنامج الدورة التدريبية تُوِّجت أشغال هذا اليوم بزيارة ميدانية لمقر التلفزيون الجزائري. كان الهدف من الزيارة هو التعرف على واقع مؤسسة تلفزيونية في بلد عربي، والوقوف على الأشواط المهنية والتنظيمية للعمل الإعلامي في مؤسسة التلفزيون الجزائري، وتمكين المتدربات من الاتصال بزميلات المهنة في مؤسسة إعلامية عربية بهدف تبادل الآراء والخبرات.

المداخلة الحادية عشر

إنجاز النشرة الإخبارية التلفزيونية

د. عمار بوسعدة

مقدمة:

تعد النشرة الإخبارية من أهم المواد الإعلامية التي يقدمها التلفزيون. وهي انعكاس للسياسة التحريرية للقناة. وتشمل نشرة الأخبار على مجموعة متنوعة من الأخبار، تُضبط وفق نظام وترتيب محدد وأجندة مقصودة. وقد خرجت الكثير من القنوات التلفزيونية في المشهد الإعلامي المعاصر -وخاصة الفضائي منه- عن المألوف، وأصبح لكل قناة أجندة خاصة بها للأخبار تتوافق مع اتجاهاتها السياسية وخطها الافتتاحي.

وقد كانت المدرسة القديمة التقليدية -التي ماتزال سائدة في معظم وسائل الإعلام العمومية المكتوبة والسمعية البصرية، مثل: الإذاعة، والتلفزيون، وحتى وسائل الإعلام الإلكترونية في بلادنا العربية- تعتمد سياسة الأجندة القديمة في ترتيب الأخبار، فالرئيس أو الملك أو الحاكم وكل ما يرتبط بالشأن الخاص بالحكومة نجده يتقدم النشرة الإخبارية التلفزيونية، مع الاهتمام البالغ بالأخبار المرتبطة بالأنشطة الحكومية، بدلًا من التعرض للحدث الساخن الذي قد يكون متأخرًا في الترتيب، حيث إنه قد يتأخر عشر دقائق أو أكثر من بدء البث المباشر للنشرة؛ مما يعطي المجال للمشاهدين للانصراف بحثًا عن سخونة الأحداث وتأثيراتها وتداعياتها في قناة تلفزيونية أخرى. أما المدرسة الحديثة والمعاصرة، والتي تتبناها القنوات التلفزيونية الغربية وبعض القنوات العربية خاصة، فهي مرتبطة بشكل قوي بالتطور التكنولوجي الهائل، حيث إن سياستها الإخبارية تقوم أساسًا على البث الإخباري الداعم لسخونة الأحداث وتداعياتها بغض النظر عن الواقع المحلي. فمثلًا يتقدم خبر عملية فدائية أو كارثة عالمية أو إنتاج علمي على أية أجندة خبرية تقليدية، وهذا هو النظام الإخباري الذي تتطلبه أساسات العمل الإعلامي الإخباري في جانبه العلمي الأكاديمي والمهني، والذي يجب أن تقوم عليه القنوات التلفزيونية؛ وهو ما يستدعي توافر إمكانيات مادية وبشرية ذات مستوى علمي وتدريبي في الأداء المهني الإعلامي ومجهودات جبارة للتعليق والتفسير وللتحليل والاستنباط للخبر وتداعياته.

ونظرًا للتطورات السريعة للخبر؛ فقد أصبح الخبر يمثل العنصر الأول في المادة الإعلامية بوجه عام وفي نشرة الأخبار بوجه خاص، سواء كان الخبر قصيرًا أو طويلًا. ويجب أن تتوافر فيه كل من خصائص الصدق، والواقعية، والموضوعية، والفورية، وكذلك لابد أن يمس اهتمامات المجتمع. ومن المتعارف عليه بوجه عام أن طول نشرة الأخبار يتراوح ما بين (20-30 دقيقة) في الأيام العادية، بينما يصل إلى (45 دقيقة) في المدرسة الفرنسية، و(60 دقيقة) في

المدرسة "الأنجلوسكسونية" في الحالات الاستثنائية وفق سخونة الأحداث ونوعيتها، ووفق السياسة التحريرية والخط الافتتاحي للوسيلة الإعلامية. وإذا تم تجاوز هذا الحجم الزمني تصبح النشرة الإخبارية التي من المفروض -وفق المنظور الخاص للمدرسة الفرنسية- أن يكون لها بعد إعلامي سريع، يُعتمد فيه على المعالجة الصحفية السريعة للأخبار، بحيث لا يتعدى طول مختلف الأنواع الصحفية المستعملة في النشرة- سواء في ذلك التقرير أو الريبورتاج أو التحقيق دقيقتين 02 ، وقد تتحول إلى برنامج أو حصة إخبارية ذات بعد إعلامي تحليلي إن تراوح طول المعالجة الصحفية للأخبار بين 04 إلى 05 دقائق. وهذا على عكس الرؤية "الأنجلوسكسونية" التي يعتمدها العديد من القنوات التلفزيونية، وخاصة في دول الخليج والمشرق العربي، التي يصل طول النشرة الإخبارية فيها إلى أكثر من ساعة من الزمن. وفي هذا الإطار تجتهد هذه الفضائيات بإطلاق تسميات خاصة على هذه النشرات الإخبارية، مثل: حصاد اليوم، والمدار، وغير ذلك من الأسماء، وهو الأسلوب نفسه الذي سبقت إليه إذاعة لندن منذ زمن طويل، حيث كانت تطلق على فقراتها الإخبارية تسميات خاصة، مثل: عالم الصباح، وعالم الظهيرة، وعالم المساء، وغيرها.

ونجد أن لكل قناة تلفزيونية نشرة رئيسة، ونشرات أخرى عديدة فرعية وإضافية أو خاصة، تكون طويلة أو موجزة، وهذا حسب نوع القناة، عامة أو موضوعاتية إخبارية.

مكونات نشرة الأخبار:

تتكون نشرة الأخبار في إطارها العام من ثلاثة أقسام تتمثل فيما يلي:

1. مقدمة النشرة: نسميها موجز النشرة أو عناوين النشرة، وتضم عناوين الأخبار المهمة المندرجة فيها.

2. جسم النشرة: وهو الذي يشتمل على جميع الأخبار التي تم اختيارها وإدراجها في النشرة، وتمت الموافقة على أسلوب معالجتها إخراجيًّا من قبل مخرج النشرة أثناء بثها، وكذلك تحريريًّا ومرئيًّا وبأسلوب المعالجة السريعة في تسجيلها الذي لا يتجاوز دقيقتين 02 دقائق، من خلال اختيار اللقطات وخطة المونتاج المنجزة من قبل الصحفيين، سواء المحررون والمراسلون والمبعوثون والمندوبون. ووفق القوالب والأنواع الصحفية المتعارف عليها في العمل الصحفي التلفزيوني، مثل: التقرير أو الريبورتاج أو التحقيق أو أو الخبر البسيط أو المركب غير المسجل الذي يقرأه المذيع أو المقدم مع الصورة أو بدونها مباشرة على الهواء، ولا يتجاوز الزمن أكثر من 50 ثانية. وكل هذا يتم وفق

الترتيب المتعارف عليه في الممارسة الصحفية التلفزيونية، وضمن التوجه السياسي في البلاد، والخط الافتتاحي، والسياسة التحريرية المعتمدة في القناة.

3. خاتمة النشرة: ونسميها كذلك ملخص النشرة وتكون في معظم الأحيان إعادة للعناوين، ولكن يفضل أكاديميًّا أن يكون هذا الملخص أكثر تفصيلًا من مقدمة النشرة أو عناوين النشرة الاستهلالية.

وبصفة عامة فإن بناء النشرة الإخبارية يجب أن يتم وفق الأسس والقواعد العامة السياسية والفنية الإخراجية المعتمدة كمعايير علمية ومهنية لتحرير النشرة الإخبارية وإنجازها في القناة التلفزيونية. وذلك بدءًا من ترتيب الأخبار، ومرورًا بالنوع، والزمن، والتناسق، والطول والقصر، والإلمام العام بالأحداث، واستخدام الأساليب المحددة للأسماء والأرقام، والفواصل الإشهارية أو الترويجية التي لا ينبغي أن تكون في النشرة الإخبارية حسب الرؤية الخاصة للمدرسة الفرنسية، وكذلك الحذف والإضافة مع المحافظة على استخدام لغة إخبارية سهلة ومفهومة وبسيطة وواضحة وليست أدبية، مع استعمال صيغة المضارع أفضل من صيغة الماضي؛ وذلك للدلالة على الفورية مما يجذب المشاهد، ومن الأحسن كذلك عدم استخدام ضمير الغائب في حال اشتمال الخبر على أكثر من شخصية، ولكن لا بأس من حذف أول الاسم والاكتفاء باللقب.

كما تشير أصول وأدبيات الممارسة الإعلامية إلى أن الخبر التلفزيوني يعتمد في إبراز ماهيته على عنصرين أساسيين، هما:

الصورة: سواء كانت هذه الصورة فيلمًا، أو صورًا ثابتة، أو رسومًا بيانية، أو صورًا من المصدر. والعنصر الثاني هو **الصوت:** الذي له تأثيره الخاص وسحره على النفوس، "ويمثل الصوت العامل الثاني للصحفي التلفزيوني، والعامل الأول بالنسبة للصحفي الإذاعي". وإيقاع الصوت يتغير حسب نوعية الخبر، "فعندما نكون بصدد إلقاء خبر مفرح أو التعليق على مقابلة رياضية مثلًا يكون إيقاع الصوت سريعًا وقويًّا، وعندما ننتقل للحديث عن خبر محزن كوفاة شخصية مهمة وعزيزة على المشاهدين نخفض إيقاع الصوت وسرعته، ويكون الصوت منخفضًا وحزينًا، ولا بد أن يظهر الحزن على ملامح الوجه لكي يكون هناك تفاعل بين الصوت والصورة، وهكذا" أي أنه يجب في مجال التلفزيون أن يتناسب الكلام مع محتوى الصورة.

ومن بين الخصائص التي تميز الخبر التلفزيوني في النشرة الإخبارية نجد ما يلي:

استخدامه للمجاز:

يساعد الخبر في تركيز الإدراك وبلورة المعنى، وخاصة "في الأخبار التلفزيونية؛ إذ يستخدم الأسلوب والتعبير المجازي، الذي قد يختلف بين محطة تلفزيونية وأخرى". ومع أن الإيجاز يشكل أحد الخصائص الرئيسة للخبر التلفزيوني، فقد استغل هذا الأمر "لإغراق الجمهور في دوامة من الأحداث والتدفق الإعلامي بغية خلق حالة من الوعي المبرمج والمعد مسبقًا باتجاه واحد ومرسوم". ويتجسد ذلك في التركيز على صور متكررة ومعدة بشكل جيد وضمن سيناريو تركيبي محدد لخلق صور ذهنية نمطية عن أشخاص ودول تخدم آراء واتجاهات معينة.

وجوب التركيز على الوحدة الدرامية في القصة الخبرية:

الوحدة الدرامية في القصة الخبرية تعطي بعدًا إقناعيًّا وتأثيرًا قويًّا باعتبار أن التلفزيون بطبيعته تكمن قوته في أنه يسلبك الرأي ويقولبه حسب صياغة خاصة محددة.

وبصفة عامة فإن الخبر التلفزيوني في النشرة الإخبارية يجب أن يكون قصيرًا، حيث إنه من المفروض على الصورة أن تكمل النص المكتوب للخبر؛ وبالتالي فيجب الاستغناء عن ذكر التفاصيل حتى لا يشوش انتباه المشاهد بين الصوت والصورة.

إضافة إلى ذلك نجد أنه من غير الممكن اختزال الخبر التلفزيوني من نهايته أو من أية نقطة أخرى فيه، بل يتراءى دائمًا أنه وحدة متماسكة ومتكاملة، وبناء متجانس الأجزاء، له مقدمة وجسم وخاتمة، وإذا حذف أي جزء منه يصبح لا معنى له تمامًا، مثلما لو حذف الفصل الأخير من مسرحية متقنة الصياغة".

البناء الفني لنشرة الأخبار:

يتم بناء النشرة الإخبارية من خلال عدة مراحل، هي:

1- مرحلة تحضير النشرة:

وتنقسم هذه المرحلة إلى عدة أقسام أساسية وضرورية، هي:

أ. جمع الأخبار:

تجمع أخبار اليوم بالصور أو بدونها من مختلف مصادرها الموثوقة، سواء الرسمية أو غير الرسمية أو الذاتية والخارجية مع توخي الدقة والتأكد من صدق هذه الأخبار وواقعيتها وكذا مصداقيتها.

وتتمثل هذه المصادر فيما يلي:

أولا: المراسلون والمندوبون:

يؤدي مراسلو أخبار التلفزيون والمندوبون دورًا مهمًّا في التغطية التلفزيونية للوقائع، بحيث يعد وجودهم في مواقع الأحداث مع طاقم التصوير مصدرًا بارزًا للمعلومات المطلوبة لتكوين القصة الخبرية التي يقومون بتغطيتها، وصياغتها، ومتابعة تطوراتها الإخبارية، وهو ما يحدد غالبًا الطريقة التي سيتعامل بها محرر الخبر من داخل غرفة الأخبار في التعليق عليها. "ونجد أن هناك خمس خطوات لزيادة فرص الحصول على تغطية جيدة للتلفزيون،" هي:

- أن يكون الخبر غير عادي.

- أن يكتب المراسل خبره وكأنه محرر غرفة الأخبار.

إن المراسل التلفزيوني له دور أساسي في نقل الأخبار بطريقة مباشرة وسريعة، كما أنه ينقل الخبر بعيون القناة وبشكل مختلف عن رؤى قنوات أخرى، وربما خدمة لإغراض أخرى لها علاقة بالخط الافتتاحي للقناة وباتجاهاتها.

أما المندوبين فلهم دور مهم وبارز في تغطية الأحداث، وتزويد القناة التلفزيونية بالأخبار، ومتابعة تطوراتها؛ ولذلك نجد أن مختلف القنوات التلفزيونية تحرص على أن يكون المندوب التلفزيوني على كفاءة عالية من حيث المستوى الثقافي والأداء المهني المتميز.

يقول "بيل غايتس" رئيس شركة مايكروسوفت "إن من يسيطر على الصورة يسيطر على العقول". وهي مقولة تبين قوة تأثير الصورة على توجيه آرائهم وأفكارهم وسلوكهم، فالصورة تعبر عن الأشياء أكثر من الكلمات بكثير، وتأثيرها أقوى من تأثير الكلمة والتعبيرات الصحفية؛ لذلك فإن غياب المراسلين عن موقع الحدث يجعل القنوات التلفزيونية مجبرة على اللجوء إلى وكالات الصور والأنباء العالمية للتزود بتغطيتها الحصرية لمواكبة الأحداث ومتابعة تطوراتها مباشرة.

ثانيًا: وكالات الأنباء:

يعرّف "أديب خضوّر" وكالة الأنباء بأنها "المؤسسة التي تمتلك إمكانيات واسعة تمكنها من استقبال الأخبار ونقلها. وتستخدم شبكة من المراسلين لجمع هذه الأخبار في عدد كبير من دول العالم، كما تستخدم العديد من المحررين في مركزها الرئيس يتولون تحرير المواد الإخبارية، عالمية كانت أم محلية، وإرسالها بأسرع وقت إلى مكاتب الوكالة في الخارج للتوزيع المحلي على الصحف، ومحطات الإذاعة والتلفزيون، وإلى وكالات الأنباء المتعاقد معها، والصحف ومحطات الإذاعة والتلفزيون خارج المناطق المشتركة فيها مباشرة".

وتقوم وكالات الأنباء -بحسب قدراتها- بدور عالمي مهم في نقل الأنباء وتبادلها عبر القارات؛ حيث تؤهلها للقيام بهذا الدور قدراتها التكنولوجية وكوادرها البشرية المدربة التي تستعين بها في جمع الأنباء وتوزيعها بلغات عديدة في مختلف أنحاء العالم، هذا فضلًا عن قدراتها المادية التي تجعلها قادرة على نقل أخبار العالم، وتشكيل التصورات عن الأشخاص والشعوب والثقافات، والوصول إلى كل إنسان على سطح الكرة الأرضية".

ثالثًا: الإذاعات والصحف والمواقع الإلكترونية:

تعد الإذاعات مصدرًا مهمًا للأخبار في التلفزيون، وخاصة أثناء الثورات والأزمات بشكل عام، وبخاصة عندما يُمنع مراسلو وكالات الأنباء من بث أخبارهم. كما تشكل الصحف والمجلات والمواقع الإلكترونية أيضًا مصادر مهمة وأساسية للحصول على الأخبار ومتابعة مستجدات الأحداث.

المصادر الخبرية في العديد من القنوات التلفزيونية:

تشكل المكاتب الخارجية المصدر الأول للأخبار في القنوات التلفزيونية. وفي بعض الأحيان تستأثر هذه المكاتب بأخبار خاصة كما حصل في العراق وأفغانستان وفلسطين وغيرها.

وفي المرتبة الثانية تأتي وكالات الأنباء، ولكن بعض القنوات التلفزيونية لا تعتمد عليها كثيرًا، فمثلًا نجد أن قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية التي تبث برامجها من دولة قطر لا تعتمد كثيرًا على وكالات الأنباء العربية؛ لأنها تعدها أجهزة رسمية هدفها الأول الدعاية للنظام، ولا تتمتع أخبارها غالبًا بالمصداقية؛ ولذلك لا يتاح للمحررين الدخول إليها.

وفي المرتبة الثالثة نجد وكالات الأنباء المصورة، فمثلًا قناة الجزيرة تشترك في أكبر وكالتين تسيطران على سوق الصورة التلفزيونية الإخبارية في العالم، وهما: رويترز، وابتن، اللتان توفران بنكًا يوميًّا لعملائهما وزبائنهما من الأحداث المصورة الجارية. ويتوافر لهاتين الوكالتين أيضًا شبكة واسعة من المراسلين في مختلف الدول وفي العديد من نقاط التوتر في العالم.

والمصدر الرابع من مصادر الأخبار هو المقابلات التي تجريها القنوات مع مراسليها وصناع القرار في العالم.

كما نجد أيضًا مختلف المصادر الخاصة من مكالمات هاتفية، ورسائل بريدية، وفاكسات، وأشرطة فيديو، وغيرها في المرتبة الخامسة من مصادر الأخبار. وترد تلك المعلومات من هيئات رسمية وأحزاب سياسية ومنظمات غير حكومية. وبهذا التنظيم استطاعت قناة الجزيرة أن تتجاوز احتكار الوكالات الدولية للأخبار.

ب- تصنيف الأخبار:

تفرز الأخبار حسب طبيعتها وأهميتها بالنسبة للقناة وللبلد ولجمهورها المستهدف ثم تصنف إلى:

1. أخبار سياسية، وأمنية، واقتصادية تنموية، واجتماعية، وعلمية، وثقافية، ودينية، وفنية، وغيرها.
2. أخبار محلية وطنية، ودولية، وعربية، وإفريقية، وغربية، وغيرها.
3. أخبار عاجلة وغير عاجلة.

ج- اختيار الأخبار:

تختار الأخبار التي تهم القناة والتي تتوافق مع طبيعتها العامة أو المتخصصة الموضوعية، وكذا مع جمهورها المستهدف، والمتناسبة أيضًا مع طبيعة النشرة، سياسية، اقتصادية، ثقافية، وغيرها.

2- تصميم ورقة الطريق الأولية للنشرة الإخبارية:

1- يعمد رئيس التحرير إلى ترتيب الأخبار حسب أهميتها وطبيعتها، وحسب السياسة التحريرية والخط الافتتاحي للقناة، ثم يقوم بوضعها وتوزيعها ضمن ورقة الطريق التي تكون الدليل الذي يتبعه كل الطاقم التحريري والتقني للنشرة، وفيها يحدد شكلها ومفاصلها وعناصرها.

2- تنجز ورقة الطريق للنشرة الإخبارية من قبل رئيس التحرير بالتنسيق مع مدير الأخبار في القناة ومنتج النشرة.

3- تكتب ورقة الطريق على الكومبيوتر، وتدخل ضمن النظام التحرير المركزي للقناة إذا كانت تملكه، والذي يتم فيه تحرير وتسجيل موضوعات النشرة، من تقارير، وريبورتاجات، وتحقيقات، وتصريحات، وغيرها.

4- برنامج مثل Clip édit.

3- الاجتماع التحريري للنشرة الإخبارية:

1- بعد تصميم ورقة الطريق للنشرة الإخبارية وتشغيلها في النظام التحريري للقناة - إذا كان لديها نظام تحريري- يقيم رئيس التحرير اجتماعًا يضم كلًا من: الطاقم التحريري - المكون من: المقدم أو المذيع، والمحررين، وغيرهم- إضافة إلى رئيس النشرة، ومنتجها، ومخرجها، ومنسقها، وكاتب الإخراج، ومسئول التغطيات التلفزيونية للقناة، والمشرف على التركيب أو المونتاج.

2- وفي هذا الاجتماع تُناقش الأخبار المندرجة في ورقة الطريق، وكذا تُحدد أسلوب وكيفية معالجتها الصحفية، وتغطيات القناة، وتدخلات المراسلين والضيوف المقترحين في النشرة، سواء في الأستوديو أو عبر الأقمار الصناعية أو عبر الهاتف، وتُحدد الأسئلة المقترح طرحها عليهم، إضافة إلى توزيع المهام على الصحفيين المحررين والمراسلين والتقنيين من فريق النشرة.

4- الضبط النهائي لورقة الطريق للنشرة الإخبارية:

1- تحدد الصورة النهائية لورقة الطريق شيئًا فشيئًا، وحسب تطورات الأخبار وتغطيات الصحفيين وتقارير المراسلين، ويتم ذلك وفق ما يلي:

2- يتم تحرير النشرة الإخبارية كاملة على الكومبيوتر.

3- تتم مراجعة مقدمات الأخبار والموضوعات المندرجة في النشرة تحريريًّا، بمعنى اختبار موافقتها للقواعد التحريرية والخط الافتتاحي للقناة، ومرئيًّا، بمعنى الاختيار الأنسب والموفق للقطات ومدتها الزمنية المتوافقة مع معايير النشرة الإخبارية، ومراعاة تناسبها مع التحرير فنيًّا وسيميولوجيًّا.

4- القيام بتدقيق المصطلحات والصيغ والكلمات المستعملة في التحرير لغويًّا ونحويًّا من قبل المدقق اللغوي.

5- التأكد من جاهزية الموضوعات المسجلة والمندرجة في ورقة الطريق، والمنطوية في النظام التحريري المركزي للقناة، وكذا مشاهدتها وتدقيقها من قبل رئيس التحرير.

6- تنسيق كاتب الإخراج مع المحررين والمراسلين للكتابة الإلكترونية لعناوين الموضوعات وأسماء المتدخلين فيها، وكذا مع رئيس التحرير حول أسماء الضيوف الحاضرين في بلاتو النشرة وعبر الأقمار الصناعية وعبر الهاتف وغيرها من وسائل الاتصال في النشرة.

7- المناقشة بين رئيس الحرير ومقدم النشرة حول مختلف المحاور التي يتم التعرض لها مع ضيوف النشرة والمتدخلين فيها على الهواء مباشرة، سواء عبر الهاتف أو عبر الأقمار الصناعية لتحديد الأسئلة المقدمة إليهم.

8- يتم الضبط النهائي لكافة الأمور التحريرية والمرئية والاتصالية، واختبار جاهزيتها من قبل رئيس التحرير مع مقدم النشرة ومنسقها وكاتب الإخراج والمخرج.

9- يضبط تحرير مقدمات الأخبار في جهاز التلقين الخاص بمقدم النشرة.

10- يتم ضبط الأمور التسجيلية والإخراجية مع المصورين ومهندس الصوت ومع كل الطاقم التقني للنشرة، كل حسب اختصاصه ومهمته من قبل المخرج ومدير أستوديو الأخبار.

5- في أستوديو الأخبار:

1. النشرة تكون جاهزة قبل موعد نشرة الأخبار بقليل.
2. دخول مقدم النشرة بعد تحضير نفسه مظهريًّا ونفسيًّا.
3. حضور رئيس التحرير أو رئيس النشرة إلى غرفة المراقبة والتحكم لأستوديو الأخبار، والتأكد من جاهزية كل الأمور التحريرية والتقنية والاتصالية.

6- التصوير والبث:

تعطى إشارة الانطلاق لبث النشرة مباشرة من قبل رئيس التحرير أو رئيس النشرة ومخرجها، مع متابعة تطورات البث وآخر مستجدات الأخبار، والتنسيق مع مقدم النشرة لتغيير أو إضافة شيء في النشرة أثناء بثها، مثل: حالات الأخبار العاجلة، أو استضافة شخصية مهمة في آخر لحظة، وغير ذلك من الحالات المفاجئة.

7- الاجتماع التحريري بعد انتهاء بث النشرة الإخبارية:

هو اجتماع يقوم به رئيس التحرير مع الفريق التحريري والتقني للنشرة؛ وذلك لتقييم النشرة وتحديد المشكلات الطارئة أثناء البث العادي للنشرة.

المصادر والمراجع

1- أديب خضور - الإعلام المتخصص - دمشق - المكتبة الإعلامية .

2- أولفا لملوم - الجزيرة المرآة الثائرة والغامضة في العالم العربي - فرنسا - 2004م.

3- أميرة الحسيني- فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون - بيروت- دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع- 2005م.

4- أشرف راضي - تجارب الإعلام المرئي والمسموع في أوروبا - القاهرة- مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان- 2005م.

5- بيتر فيلبيس - الرقابة والتعتيم في الأعلام الأميريكي - ترجمة أحمد محمود- القاهرة - دار الشروق- 2007م.

6- حسن عماد مكاوي: تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، ط1 - القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 1993م.

7- خالد صلاح - حرية الصحافة – القاهرة- مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان- 2007م.

8- اكيل سالبناس باسكير- وكالات الأنباء والنظام الإعلامي الجديد – بيروت- مكتبة المنار – 1989م.

9- رمزي بعلبكي: الكتابة العربية والسامية، ط1، بيروت، دار العلم للملايين، 1981م.

10- عبد الستار جواد- فن كتابة الأخبار -عمان- دار مجدلاوي للنشر والتوزيع- 2002م.

11- عبد العزيز شرف - الأسس الفنية في التحرير الصحفي – عمان – دار الفرقان للنشر والتوزيع 1988م.

12- عبد العزيز شرف: فن التحرير الإعلامي، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1980م.

13- عبد الستار الحلوجي: المخطوط العربي، ط 2، المملكة العربية السعودية، مكتبة مصباح، 1989م.

14- قيس الياسري- الخبر الصحفي- دراسة نظريه وتطبيقات - بغداد - دار الحكمة للنشر والتوزيع- 1987م.

15- محمد الشلبي ومنصف العياري- الإعلامي العربي: التلفزيون مجالًا- القاهرة - بحوث إذاعية - 2003م.

16- محمد معوض وعبد العزيز بركات - الخبر الإذاعي والتلفزيوني- القاهرة- دار الكتاب الحديث - 2000م.

17- محمد علي شومان – الإعلام العربي والعولمة- القاهرة – مكتبة الفجر – 2005م.

18- مفيد الزيدي- قناة الجزيرة، كسر المحرمات في الفضاء الإعلامي العربي – بيروت – دار الطليعة– 2003م.

19- محمد بكر محمد سلمي: محاضرات في علم الكتابة العربية، قسم اللغة العربية، جامعة الأقصى بغزة، فلسطين، 2003م.

20- محمد سليمان: تاريخ الكتابة، ط1 - رام الله- فلسطين، مطبعة بيت المقدس- منشورات وزارة الإعلام، 1999م.

21- ملفين ل. ديفلير وآخرون: نظريات وسائل الإعلام، ط 4 - ترجمة كمال عبد الرءوف، القاهرة، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، 2002م.

22- محمد سيد محمد: الإعلام واللغة، القاهرة، عالم الكتب، 1984م.

23- سليمان تقي الدين - تحولات المجتمع والسياسة والإعلام – بيروت – دار الحداثة للطبع والنشر والتوزيع 2004-م.

وصف موجز لأعمال الدورة يومًا بيوم، مع ملخص لأهم القضايا التي أثيرت

اليوم الأول: 2011/12/19م:

بدأت أشغال الدورة في موعدها **بمداخلة** للدكتورة فائزة يخلف حول أخلاقيات العمل الإعلامي في المجال السياسي، "التلفزيون نموذجًا". ركزت المتدخلة على مسألة أساسية تمثلت في علاقة التداخل والتشابك بين منظومة الإعلام ومنظومة القيم الأخلاقية باعتبار أن المنظومة الإعلامية هي ناقلة للفكر والمعرفة والقيم والمفاهيم. هذه الوظيفة أعطت للإعلام بصفة عامة والتلفزيون بصفة خاصة مكانة حقيقية في الدول الديمقراطية، وجعلت من الإعلام سلطة رابعة لها مسئولية أخلاقية من خلال إدارة المجتمع وتوجيهه.

التعقيب والنقاش الذي تلا هذه المداخلة طرح مسائل عديدة يمكن أن نوجزها فيما يلي:

- التلفزيون أصبح وسيطًا محوريًّا في شبكة التطور الإنساني؛ الأمر الذي يحمله ويحمل العاملين به مسئولية أخلاقية تجاه المتلقين، بمعنى أن التلفزيون أصبحت له سلطة تمكنه من أن يكون عاملًا مسهمًا في الاستقرار والسلم، وأن يتحول إلى وسيلة مباشرة وفعَّالة لإثارة النزاعات والحروب وعدم الاستقرار؛ ومن هذه النقطة بالذات تبرز أهمية بناء منظومة أخلاقية تتحكم في مهنة الإعلاميين.

- هناك علاقة تبادلية وتفاعلية بين أخلاقيات العمل التلفزيوني والأداء الإعلامي التلفزيوني.

- البحث عن الحقيقة هو المحرك للإعلامي. وهنا طرحت الصعوبات التي يواجهها الإعلاميون في الوصول إلى مصادر المعلومات. كما أكدت معظم الإعلاميات المتدخلات على مبادئ. الصدق، والنزاهة، والدقة، وعدم التحيز، وضرورة إعلام المسئول بتضارب المصالح.

وخلص النقاش إلى أن مفهوم أخلاقيات المهنة الإعلامية يبرز كلما التزم الصحفي بخطوات المهنة وضوابطها وحرفيتها والسعي دومًا لخدمة الجمهور.

- من بين أسباب تراجع الأداء الإعلامي تراجع المسئولية المهنية في ظل غياب أطر قانونية محددة وضابطة لأسس ومعايير صناعة وتسويق الأخبار والصور.

المداخلة الثانية كانت عن: البعد المجتمعي للنوع، الدلالات والمفاهيم الاجتماعية والسياسية والثقافية. وقد ركز فيها الأستاذ الدكتور بلقاسم بن روان على فكرة النوع الاجتماعي التي ظهرت في مطلع القرن العشرين، واختلافها عن مفهوم الجنس الذي ينطلق أساسًا من الفروق البيولوجية.

وخلصت النقاشات التي دارت بين الإعلاميات والمحاضر إلى التأكيد على المسائل التالية:

- إن مفهوم النوع الاجتماعي يميل إلى ما هو ثقافي وليس إلى ما هو طبيعي، أي أن هناك معنى يعطيه المجتمع للذكر ومعنى للأنثى، والقصد من ذلك أن كل ما يفعله الرجال والنساء، وكيفيات وجودهم وتفكيرهم وسلوكهم ووظائفهم الجنسية البيولوجية هي من صياغة المجتمع وثقافته؛ ومن ثم هي قابلة للتغيير بحسب الظروف التاريخية لذلك المجتمع المعني بالدراسة.

- يمكن لعلاقة النوع الاجتماعي أن تكون متوازنة إذا ما استبدل مفهوم القوة بمفهوم التمكين.

- مقاربة النوع ليست دعوى للمثلية الجنسية وتحطيم الأسرة والمساس بالدين والعادات الحميدة للمجتمعات العربية الإسلامية.

- تبني مقاربة النوع هو دعوة إلى أنسنة (من إنسانية) المجتمع، وتوطيد كل ما يقوى العدالة الاجتماعية، والحفاظ على العادات النبيلة لمجتمعاتنا تلك العادات القائمة على التسامح، واحترام الآخر، والتضامن الاجتماعي، والعدالة، والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.

- وأكدت أيضًا المشاركات في الدورة على أهمية الدور الذي تقوم به المؤسسات الاجتماعية الأخرى في مجال التنشئة الاجتماعية والتربية على مسائل النوع، كالأسرة، والمدرسة، والمنظومة الإعلامية، وغيرها من المؤسسات المسهمة في إنتاج الأفكار والتصورات.

المداخلة الثالثة كانت عن الصورة التلفزيونية: الأبعاد، والاستخدام، والتوظيف. نشطت هذا الموضوع الدكتورة فائزة يخلف. وعرضت من خلال مداخلتها جملة من الصور السياسية التي تصور الواقع السياسي العربي، مُرَكِّزَةً على التحليل السيميولوجي لبعض مشاهد الحراك السياسي الخاص ببعض البلدان العربية التي عرفت تطورات وتغيرات سياسية غيرت من طبيعة الأنظمة القائمة.

وخلص النقاش الذي تلا هذه المداخلة إلى التأكيد على خصوصية التلفزيون كوسيلة إعلامية تمتاز بالقوة. تلك القوة التي تقاس بمعدل انتشاره في المجتمع، وبمعدل الأفراد الذين يتابعونه. ويعد التلفزيون أيضًا وسيلة سريعة تنفرد بتقديم بعض المواد الإعلامية فور وقوعها، وهو أيضًا وسيلة اتصالية متكاملة تجمع بين كل الإمكانيات التعبيرية

التي تميز الوسائل الإعلامية الأخرى، فهو يوفر الصورة الثابتة والمتحركة، والكلمة المنطوقة والمكتوبة، وكل المؤثرات الصوتية. هذه المزايا أهلت التلفزيون ليكون وسيلة واقعية ومؤثرة. والنتيجة التي توصلت إليها المشاركات هي التأكيد على أهمية التلفزيون كناقل للصورة والثقافة وأشكال الصور المستحدثة؛ فالعالم يعيش على الصور الضوئية. ومع تطور التلفزيون سيكون بالإمكان معايشة الواقع اليومي بالصور، أي أن الإنسانية انتقلت من عالم الكلمة (Logocentric) إلى عالم الصورة (Oculocentric)، حيث تمارس الرؤية الهيمنة أو السيادة على باقي الأحاسيس؛ لأن الصورة تستخلف الواقع، فلا وجود إلا لما تظهره عيون الكاميرا، أي لا وجود إلا لما هو محقق بصريًا، فالصورة التلفزيونية بهذا المعنى تنتقي من الواقع ما تشاء. إن لها القدرة على استحضار الغائب وتغييب الحاضر؛ ومن هذه النقطة بالذات تبدأ عمليات التضليل والتلاعب بالمشاهد؛ حيث أصبح التلفزيون لا ينقل الواقع ويغطيه، بل يبني الوقائع التي حولها رهان سياسي واقتصادي وثقافي. وتطغى على عروضه عملية إثارة المشاهد بدلًا من إتاحة الفرصة له للفهم والإدراك.

وفي معرض ردها على الإشكاليات التي طرحتها الإعلاميات العربيات أكدت د.فائزة يخلف على أن ما قدمته من معلومات كان الهدف منه التأكيد على أن الصورة التلفزيونية هي مكون أساسي في الإعلام المرئي، بل هي الإعلام المرئي ذاته، وأن هذا المكون البصري يحتاج فهمه إلى استنطاق معانيه، وامتلاك الحد الأدنى من الوعي السيميائي والأدوات الإجرائية التي تكفل عملية الكشف عن معانيه الخفية.

ورقة العمل الرابعة التي اختُتِمت بها أشغال اليوم الأول عرضها الأستاذ الدكتور بلقاسم بن روان. وكانت بعنوان: "الرأي العام والتسيير السياسي والإعلامي للأزمة"، شمل العرض تحديدًا للمفاهيم الأساسية الخاصة بمفهوم الرأي العام وتقسيماته المختلفة المعروضة على المشاركات. سمحت الأسئلة المثارة من المشاركات للمحاضر بتوضيح معنى الرأي العام الكامن، ومدى وجود هذا الرأي في البلدان العربية، وكيف أن الحراك الاجتماعي الذي تشهده الساحة العربية سمح ببروز هذا الرأي المحجوب عن العيان. وهناك من الإعلاميات العربيات من رأت أن غياب الحرية والمشاركة السياسية والشفافية من الممارسة السياسية هو الذي يسهم في حجب الرأي العام وإخفائه، وأن اختفاء الرأي العام وعدم ظهوره لا يعني عدم وجوده.

واعتبرت المشاركات أن من بين أسباب الأزمات التي تعرفها بعض البلدان العربية هو حجب الرأي العام من خلال تظليله إعلاميًّا تارة، ومنع المجتمع المدني من الوصول إلى وسائل الإعلام تارة أخرى، أي أن الوظيفة الاحتكارية لوسائل الإعلام التي تُمَارس على المجتمع هي التي تغذي الأزمات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي نلحظها هنا وهناك في البلاد العربية. أما فيما يتعلق بالمراحل التي تمر بها الأزمة: مرحلة الميلاد، ومرحلة النمو والاتساع، ومرحلة النضج، ومرحلة الانحسار والتقلص، ومرحلة الاختفاء. وهناك من المشاركات من رأت أن هذا التقسيم وهذا النموذج قد لا ينطبق دائمًا بنفس الصورة على الأزمات التي تعرفها بلداننا؛ فهناك أزمات لا تمر بهذا المسار، وهناك أزمات ينظر إليها على أنها أزمات مزمنة توظفها الأنظمة الحاكمة في بعض البلدان العربية لأغراض سياسية.

اليوم الثاني: 2011/12/20م:

بدأ هذا **اليوم الثاني بمداخلة** ألقاها الأستاذ الدكتور بلقاسم بن روان عن الأمن الإنساني للمرأة في "المجال السياسي".
حدد المحاضر مفهوم الأمن الإنساني بأبعاده السبعة كما جاءت في برنامج الأمم المتحدة للتنمية كأبعاد حركية متكاملة، وهي:

1- الأمن البيئي.

2- الأمن الصحي.

3- الأمن الغذائي.

4- الأمن الفردي.

5- الأمن الثقافي.

6- الأمن المجتمعي.

7- الأمن السياسي.

وبعد هذا قدم المحاضر شرحًا وافيًا لكل هذه الأبعاد، وبين علاقتها بالأمن الإنساني للمرأة العربية، وتقاطع هذه الأبعاد مع الفرص المتاحة أمام المرأة العربية في المجال السياسي، وكيف أن الالتزام بهذه الأبعاد يسهم في عملية تمكين المرأة مجتمعيًّا، ويفتح أمامها سبل المشاركة السياسية في الهيئات المنتخبة، ويحدد نصيبها من هذه المشاركة في ظل تبني أغلبية البلدان العربية لنظام المحاصصة للمرأة في المجال السياسي.

شرح المحاضر أيضًا مفهوم الأمن الإنساني في علاقاته مع مفهوم حقوق الإنسان ومفهوم التدخل الإنساني استجابة لسؤال محدد طرحته إحدى المشاركات الإعلاميات من الأردن. وبين المحاضر على إثر هذا السؤال أن التدخل الإنساني في أحيان كثيرة من قبل الدول الكبرى يكون لأغراض سياسية وإستراتيجية، ظاهرها حماية الفئات الضعيفة كالنساء والأطفال والأقليات العرقية أو الدينية، وباطنها الاحتلال والاستعمار. وأعطى المحاضر أمثلة واقعية على ما يحدث في الوطن العربي من خروقات لسيادته الترابية باسم الأمن الإنساني والتدخل الإنساني.

دار النقاش في نهاية المداخلة كذلك على أهم العوائق التي تعترض المشاركة السياسية للمرأة كهشاشة التواصل والتفاعل الجاد بين الهيئات الرسمية وهيئات المجتمع المدني، بالإضافة إلى تغييب قضية المرأة وحقوقها من مخططات العملية التنموية الشاملة في البلاد العربية، وكذا سيادة المفاهيم المعادية لحقوق المرأة وهيمنتها على المجتمع، ومعارضة مشاركتها في المجال السياسي. وهناك من الإعلاميات من رأت أن ضعف المشاركة السياسية للمرأة مرده إلى هيمنة التسلط الذكوري على إدارة الدولة ومؤسساتها.

المداخلة الثانية من هذا اليوم الثاني 20/ 12/ 2011م عرضها الدكتور عمار بوسعدة عن الإخراج التلفزيوني "البرامج السياسية نموذجًا".

في البداية قام المحاضر بتحديد مفهوم الإخراج بوصفه رواية لقطة إخبارية أو درامية، كما يعد الإخراج أيضًا إدارة للعمل الفني أيا كان نوعه (إعلامي أو درامي)، يمثله شخص مسئول مسئولية شبه مطلقة عن المُنتج النهائي يسمى المخرج. ومن هذا التعريف يرى المتدخل أن الإخراج هو جزء مهم من العملية الإنتاجية في التلفزيون، سواء كان هذا المُنتج أخبارًا أو برامج "حصص" أو دراما. ويتولى المخرج مسئولية ظهور الشكل والمضمون النهائي للمُنتج التلفزيوني، يساعده في ذلك طاقم متخصص.

هذه المداخلة أثارت الاهتمام والفضول العلمي للإعلاميات المشاركات في الدورة باعتبار أنها تدخل مباشرة في نطاق عملهن المهني كإعلاميات في المجال السمعي البصري. وكان لتجربتهن الميدانية ومعرفتهن الأكاديمية والعملية دور في إثراء النقاش وتعزيز بعض المفاهيم التي طرحها الدكتور، الذي سمحت له كل هذه الآراء مجتمعة عن الإخراج بتصحيح بعض القضايا والأخطاء الشائعة في الممارسة الإعلامية التلفزيونية العربية. وذلك من منطلق تجربته الأكاديمية والمهنية. وحسب رأيه فإن المخرج الناجح هو الذي تكون لديه القدرة الإبداعية على التعبير عن الأفكار، والكتابة للصورة التلفزيونية، وكذا المعايشة الكاملة للواقع، والإحساس الرفيع بمشكلات مجتمعه، مع الالتزام بالمعايير الأخلاقية للمهنة كالصدق، والموضوعية، والفهم الجيد للتلفزيون كوسيلة إعلامية ولخصائصها ومقوماتها.

دار النقاش أيضًا بين الإعلاميات المشاركات عن الصورة، مكوناتها، وزوايا التصوير، وشكلها، وحجمها، وعن الأضواء، والملابس، والماكياج، وحركات الشخصيات وإيماءاتهم، وسيناريو العمل. هذه المسائل أثارت العديد من الأسئلة، وحاول المحاضر أن يرد عليها مستعينًا في ذلك بتجربته الأكاديمية وتجربته المهنية. وأتاح النقاش حول هذه المسائل لبعض الإعلاميات العربيات ممن لهن تجربة في الإخراج التلفزيوني أن يدعمن بعض الأفكار المطروحة. وتوسع النقاش إلى الحديث عن مسئولية المخرج وضرورة فهمه للقواعد التقنية للتلفزيون وأجهزة الإنتاج من كاميرات، وغرفة مراقبة وتحكم، وأستوديوهات الإنتاج، والحدود التي تفرضها، وكيفية تنفيذ الإنتاج، وهل سيتم تسجيله أو عرضه مباشرة أم لا. وخلص النقاش إلى أن كل هذه المقومات تشكل فن الإخراج التلفزيوني وأساسياته. كما تم عرض أحجام اللقطات وأنواعها، وكيف أن آراء المخرجين اختلفت في طريقة تقسيم وتحديد أحجام وأنواع اللقطات. وكان التقسيم المشترك العام هو: اللقطة العامة، اللقطة المتوسطة، واللقطة القريبة. إلا أن هناك أحجامًا وأنواعًا أخرى مشتركة من اللقطات؛ ولذا حصل نوع من الاتفاق والإجماع على أن جسم الإنسان هو أنسب مقياس متعارف عليه لتحديد هذه الأحجام الأخرى في جميع أنحاء العالم، وتلك الأحجام هي: اللقطة البعيدة، اللقطة العامة جدًا، اللقطة العامة، اللقطة العامة المتوسطة، اللقطة المتوسطة، اللقطة المتوسطة القريبة، اللقطة القريبة جدًا، اللقطة شديدة القرب، اللقطة البانورامية، اللقطة المصاحبة "ترافلينغ" أمامي أو خلفي، لقطة زوم أمامي، لقطة زوم خلفي، اللقطة الدرامية من "الأسفل إلى الأعلى" أو من "الأعلى إلى الأسفل".

النتيجة النهائية للنقاش -والتي ختم بها المتدخل رده عن ما أثير من تساؤلات- هي أن الإخراج التلفزيوني للبرامج السياسية يعد مهنة دقيقة تتطلب معرفة علمية متخصصة في مجال الإخراج، كما تتطلب الكثير من الإبداع والتدريب.

بعد هذا مباشرة تم تقسيم المتدربات إلى خمس مجموعات عمل؛ وهذا للقيام بتحضير مشروع حصة تلفزيونية عن المشاركة السياسية للمرأة في الهيئات المنتخبة، وتقديم العمل في اليوم التالي للدورة، أي في اليوم الثالث الموافق لـ 2011/12/21م.

أما النشاط الذي ميز فترة ما بعد الظهر فكان عبارة عن **مداخلة** في شكل مائدة مستديرة نشطها الدكتور سالم عطية، وتمحورت حول منهجية التعامل مع المعلومة السياسية من الحاجة إلى الاستخدام. وقد ركز المتدخل على العناصر

الأساسية التالية:

- تحديد الحاجة إلى المعلومات.
- جمع المعلومات.
- توزيع المعلومات.

توصل النقاش الذي أثارته هذه المحاور الأساسية إلى أن المعلومات هي التي تغذي برامج التلفزيون بشكل عام وأساسي، وأن المعلومة هي الأصل المعتمد في قيام البرامج التلفزيونية على اختلافها، وأن التنافس بين القنوات التلفزيونية يكاد ينحصر في مجال السبق المعلوماتي، مهما كانت الطبيعة القانونية للقناة عامة أو متخصصة، حكومية أو خاصة، وأن قوة الارتباط بين التلفزيون والجمهور مرتبطة إلى حد كبير بقوة تحكم التلفزيون في الوصول إلى المعلومة. وقد أثارت هذه المسألة حفيظة المتدربات؛ حيث اعتبرت أن مصداقية المعلومة تتحكم فيها مصداقية المعالجة الموضوعية لها، وابتعادها عن التحيز؛ وذلك بقصد الوصول إلى إعلام صادق وموضوعي.

وتتطلب مرحلة تحديد الحاجة إلى المعلومات وضع مخطط بحث عن المعلومة يكون في شكل دليل يسمح بقياس نشاط التعامل مع المعلومة، وتحديد الفارق بين الأهداف المسطرة وتلك التي تم الوصول إليها.

أما مرحلة جمع المعلومة فتتطلب جمع المعلومات من المصادر الرسمية وغير الرسمية المتاحة، وتستدعي تحليل الشروط والظروف الموصلة إلى المعلومة. وتقتضي هذه المرحلة أيضًا النزول إلى الميدان، واستخدام أدوات الجمع المتعارف عليها. وتجمع المعلومة بواسطة الموارد البشرية المتاحة للمؤسسة الإعلامية، والتي تقوم على فكرة الشبكة بين الأفراد، وعن طريقها يتم تبادل المعلومات الشفهية والوثائقية.

دار النقاش أيضًا حول مصادر المعلومات وتصنيفاتها المختلفة (رسمية وغير رسمية)، وسبل الوصول إليها. وحسب المحاضر فإن المعلومة الناقصة هي المعلومة التي تخضع للمعالجة التي تشترط جملة من العمليات، مثل: التقييم، والفرز، والتحليل، والتلخيص، إعادة التقييم، أي البناء وفقًا للشكل المناسب.

بالنسبة للمرحلة الأخيرة -والمتمثلة في توزيع المعلومات ونشرها للذين يستخدمونها، أو يستهلكونها، أو يطلبونها- ركز الدكتور على أهمية توزيع المعلومة في وقتها؛ حيث اعتبر أن المعلومة الصحيحة والمعالجة الناجحة والتي تتطلب إمكانيات في جمعها تفقد قيمتها عند وصولها متأخرة إلى طالبيها، وهذا ما يشكل رهانًا كبيرًا مرتبطًا بعملية توزيع المعلومات كآخر مرحلة من مراحل حياة المعلومة.

المداخلة الأخيرة المبرمجة في نهاية عمل اليوم الثاني كانت بعنوان: «التوظيف السياسي والإعلامي للإنترنت في العمل التلفزيوني" للدكتور سالم عطية الحاج، الذي أكد في مداخلته على ضرورة تحديد الأشكال التي تتواجد بها المعلومة في الشبكة، مؤكدًا على ضرورة النظر إلى هذه الأشكال والتعامل معها على أنها أوعية ومرتكزات حاملة لمعلومات إفتراضية؛ وبالتالي فمعرفة هذه المرتكزات وفهمها يمثل أحد العوامل المسهلة لمعرفة طبيعة المعلومات الافتراضية وكيفية الوصول إليها. وتوجد المعلومات على الإنترنت في شكل: تحميل ملفات، رسائل، قوائم النقاش والنشر، مجموعات النقاش أو الأخبار، الدردشة، الويب، المدونات، الويب المخفي، أو غير المرئي. كما شرح المتدخل منهجية البحث عن المعلومات، والتي يخصها في جملة المحددات التالية: التحديد، التحكم، اعتماد المعالم، التحليل الدائم، التوثيق، التقيد بالوقت، اختيار أفضل الكلمات المفتاحية، البحث الفسيفسائي، الليونة. كما عرف المتدربات بأهم وسائل البحث المعتمدة، مثل فهارس البحث. وفي الجانب التطبيقي للمداخلة أعطى المحاضر بعض الفهارس التطبيقية الأساسية باللغتين الفرنسية والإنجليزية كنماذج لمحركات البحث أو الروبوهات أو المحركات المتعددة البحث.

خلص المتدخل في النهاية إلى أن هذه المعلومات المقدمة للمتدربات يمكن أن تكون مرجعية مساعدة للولوج والبحث عن المعلومات على الإنترنت، هذه الشبكة التي تخفي أكثر مما تظهر من المعلومات. وأشار أيضًا إلى أن ما قدمه وعرضه من مواقع كنماذج تطبيقية هي فقط للاستشهاد، ويمكن لهذه المواقع أن تتغير أو تختفي نهائيًّا نظرًا لخصوصية الإنترنت التي لا تعمل وفق منطق الثبات.

اليوم الثالث الموافق لـ 21/ 12/ 2011م:

بدأ العمل في هذا اليوم **بعمل تطبيقي** تمثل في تدريب المشاركات على أسس التحرير وفنياته حسب الأنواع الصحفية. ونشط هذا العمل الأستاذ عمار عبد الرحمان، واستهله قبل أن يبدأ في عملية العمل التطبيقي بتقديم بعض المفاهيم الأساسية الخاصة بفنيات التحرير، مركزًا خاصة على الكتابة التلفزيونية كنموذج؛ باعتبار أن تحرير الخبر التلفزيوني يقتضي اعتماد أسلوب مختلف تمامًا عن أسلوب الخبر في الصحافة المكتوبة؛ كونه يعتمد على الجانب الشفهي، الذي يمتاز بسهولة اللفظ وقصر المعاني والجمل، بالإضافة إلى أن القواعد التي تتحكم في أسلوب الكتابة التلفزيونية يمتاز ببساطة الجملة وببساطة الفقرة، عبر استخدام ألفاظ مألوفة تحمل معنى واحدًا. واعتماد أسلوب الكتابة للتلفزيون صيغة المبني للمعلوم وصيغة المخاطب وأسلوب الفعل المضارع لتميز الخبر بالآنية. كل هذه الأسس تم شرحها والتأكيد عليها، وانتقل بعد ذلك الأستاذ المدرب بالمشاركات إلى شرح الأنواع الصحفية التي تميز الكتابة للتلفزيون، والتي تتباين حسب الانتماء إلى فنون الرأي أو الأخبار أو الاستقصاء أو الإبداع، مؤكدًا على أن التلفزيون يختص بتوظيف الألوان التالية: الاستقصائية (التحقيقية)، والتعبيرية، والإبداعية (الريبورتاج، والبورتري والحوارات) ، وألوان الرأي (التعليق).

ختم المتدخل التدريب بالرد على كل الأسئلة الدقيقة التي طرحت مسترسلًا في شرح أهم الفروق بين التغطية المباشرة والتقرير الاستقصائي، والتحليل الإخباري، والتعليق السياسي، والحوار التلفزيوني. ومتطرقًا لأسس هذه الأنواع، مبرزًا أهم الهفوات والأخطاء التي يقع فيها الصحفي المعتمد على هذه الأنواع الصحفية.

المداخلة الثانية التي ألقتها الدكتورة فائزة يخلف جاءت كتكملة منطقية للنشاط الذي سبقها، وكانت بعنوان: "منهجيات التحليل السياسي في الإعلام المرئي"، (التلفزيون) حسب الأنواع الصحفية. هذه المداخلة جلبت اهتمام المتدربات نظرًا لأنها فتحت أمامهن مجالًا علميًا جديدًا بالنسبة لهن، وهو التحليل السيميولوجي للصور، وتحديد بعض المفاهيم الأساسية في هذا الحقل العلمي. وكان لمفهوم التزامن نصيب من الشرح والتوضيح؛ حيث رأت المتدخلة أن المقصود بالتزامن في النصوص السمعية البصرية هو التوازي المنطقي بين المقاطع السردية للأخبار في التلفزيون واللقطات التصويرية، بحيث يقع الانسجام بين مستويات السرد الإخباري ومدلولاته من جهة، وتوالي اللقطات ونوعيتها من الجهة الأخرى. ثم تعرضت المتدخلة إلى تحليل المضمون الإمبريقي، وبعدها تحليل المضمون السيميولوجي (analyse de contenus Empirique et analyse de contenu sémiologique). كمقاربتين منهجيتين.

واعتبرت أن المقاربة الأولى -أي تحليل المضمون الإمبريقي- ركزت على دراسة المؤشرات الاجتماعية والسياسية كما يعرضها المضمون الإعلامي التلفزيوني إن تأثيرًا أو تأثرًا، بمعنى كيفية تأثير المصدر في المتلقي، وكيفية تأثر المصدر برغبات المتلقي أو الجمهور وطلباته. واتفقت آلية التحليل في هذه المقاربة بالإسقاط والتقييم؛ الأمر الذي نتج عنه هذا النوع من التحليل الذي يهمل كيفية البناء للخطاب التلفزيوني.

أما المقاربة الثانية المتمثلة في تحليل المضمون السيميولوجي فهي تتعامل مع الخطاب الإعلامي بوصفه نسقًا نصيًّا يعيد إنتاج وجهات نظر سياسية وإديولوجية؛ ولذلك فإن تفكيكه ودراسته تقتضي الاعتماد على مقاربة التحليل السيميولوجي، التي تقوم على مفهوم النسق (système) والآنية (synchrone)، والدليل أو العلامة اللغوية أو الصوتية (signe). هذه المفاهيم الثلاثة شكلت أساس التحليل الكيفي، الذي يسلط الضوء على آليات إنتاج المعاني والمضامين الإعلامية، ويكشف عن العلاقات الداخلية لعناصر النسق، ثم يعيد تشكيل نظام الدلالات بأسلوب منهجي متطور يسمح بفهم وظيفة الرسالة الإعلامية داخل النسق المدروس.

تُوِّج هذا النشاط بتمرينات تطبيقية من خلال عرض مجموعة نماذج من الصور التلفزيونية، ثم قراءتها وتحليلها من قبل المتدربات بمساعدة المحاضرة.

وباستخدام مقاربة التحليل السيميولوجي، ركز التحليل على استخراج العناصر الأساسية للصور ونسقها العام وعلاقات الترابط والتبادل والتفاعل بين العناصر المكونة للصورة. وأبدت المحاضرة ملاحظة أخيرة ختمت بها التدريب، فأكدت على أن مقاربات المعالجة السيميولوجية تختلف باختلاف الأنواع الصحفية؛ فالخبر القصير المصور يختلف في مراحل وأدوات تحليله عن التحقيق المصور أو الريبورتاج أو التعليق أو التغطية الإخبارية. إن خصائص النوع الصحفي تفرض لغة المعالجة والجهاز الإجرائي الملائم، بما يمكِّن من استكشاف المكونات المحورية والدلالية للصورة التلفزيونية.

فترة ما بعد الظهر قدم فيها الدكتور سالم عطية الحاج **مداخلة بعنوان:** "البرامج السياسية في التلفزيون من التصور إلى الإنجاز وفق منهجية تسيير المشاريع". وقد استهل حديثه بالتركيز على الوضع الإنتاجي في التلفزيونات العربية، الذي يجب أن يعتمد -حسب رأيه- على مقومات التسيير الحديثة، التي تبدأ بمرحلة إبداع الفكرة وتنتهي بالسوق، معتبرًا أن هذه المنظومة طويلة ومعقدة وشائكة، وتتطلب عددًا من المتدخلين ذوي مؤهلات علمية ومهنية

في مجالات متعددة، وقد تواجههم صعوبات وعوائق جمة أثناء تدخلهم وأثناء أداء وظائفهم. من هذا المنطلق، وبهذا التصور، حدد المتدخل الهدف من هذا المحتوى التكويني الذي عرضه على المتدربات، والمتمثل في تقديم المبادئ والمنهجيات التي يمكن اعتمادها في المجال السمعي البصري من أجل إعداد برامج إعلامية تلفزيونية وإنتاجها وفق منهجية تسيير المشروع، أي من المرحلة الابتدائية للتصميم (الفكرة) إلى غاية مرحلة الاستغلال والتقييم. وحتى يتواصل المتدخل مع المتدربات ويوصل لهم فكرته؛ طلب المنشط من المتدربات ذكر أهم الصعوبات التي تواجههم في عملهن كإعلاميات. وقام بتسجيل كل هذه العوائق والصعوبات، وصنفها إلى صعوبات متعلقة بالمحيط الخارجي للمؤسسة وصعوبات متعلقة بالوضع الداخلي للمؤسسة. وانطلاقًا من هذه الصعوبات حاول المتدخل أن يربط بين هذه العوائق وبين منهجيات وآليات بناء المشروع، الذي حدده على أنه مخطط عمل لمجموعة من الأنشطة المتكاملة المتناسقة والمرتبة في الزمان والمكان، من أجل تحقيق أهداف محددة، وذلك عبر تعبئة الموارد المادية والبشرية الضرورية.

تساءلت بعض المتدربات المشاركات في الدورة عن مدى إمكانية اعتبار البرنامج التلفزيوني مشروعًا بالمفهوم الإنتاجي والاقتصادي للكلمة، وعن حدود تطبيقه المنهجية والعملية. هذا التساؤل دفع الدكتور المنشط للتدريب إلى التأكيد مرة أخرى على أن الإنتاج البرامجي التلفزيوني هي عملية إدارية إبداعية تهدف إلى تحويل مجموعة من الأفكار إلى مجموعة من الصور والأصوات، ووضعها في قالب فني تحريري بهدف توصيلها إلى جمهور المشاهدين والتأثير فيهم من خلال عملية بناء المواقف والاتجاهات وإثارة التفاعل معهم. غير أن هذا التكيف الذي نقوم به عند تطبيقنا لآليات المشروع على البرامج التلفزيونية هو تكيف إبداعي، يحتاج إلى تكاتف كفاءات في مجالات الإدارة والتخطيط، والمحاسبة، والتصوير بكل أنواعه، والصوت، وفنون الإضاءة، والديكور، والأزياء، والماكياج، والتمثيل، والمؤثرات، والتسويق، والبحوث.

وختم مداخلته بأن الإنتاج التلفزيوني يحتاج إلى التخصص، وأنه في نهاية الأمر عمل جماعي يتطلب البحث عن الكفاءات والموارد، وجعلها تتناغم في آن واحد مع بعضها البعض بقصد تجسيد المشروع.

النشاط التدريبي الذي أعقب النشاط السابق تمثل في **ورشة عمل تحضير برنامج تلفزيوني**، والتي نشطها الدكتور عمار بوسعدة، والمتمثلة في عملية تقييم العمل الذي أنجزته المتدربات عن "مشروع حصة عن

مشاركة المرأة في الهيئات المنتخبة" وتصحيحه. قدمت كلُّ مجموعةٍ العملَ الذي قامت بإنجازه، وأعطيت كل مجموعة وقتًا كافيًا لعرض مشروع الحصة المنجز. وكان الدكتور المنشط للورشة يتدخل في كل مرة بالتعديل والتقويم وإبداء الملاحظات على ما قدمته المتدربات من مشروعات. المتدربات استطعن أن يطبقن الخطوات العملية والعلمية لإعداد برنامج تلفزيوني، والتي سبق لمنشط الورشة أن قدمها للمتدربات للاستعانة بها في تحضير مشروع البرنامج التلفزيوني. وشملت هذه الخطوات العناصر التالية: تعيين الفكرة، اختيار القالب الفني للبرنامج، تحديد المدة الزمنية للبرنامج (13 أو 26 أو 52 دقيقة)، اقتراح عنوان ثابت للبرنامج، تحديد موضوع الحلقة، تحديد مصادر جمع المعلومات، تحديد الهدف من البرنامج، تحديد المحاور الأساسية للبرنامج، وضع الأسئلة التي تطرح على الضيف، تحديد الضيوف المقترحين، تحديد الجمهور المستهدف، وضع النص أو السيناريو الأدبي التوضيحي، إنجاز ورقة الطريق للبرنامج، الاجتماع بفريق البرنامج، ضبط العلاقة مع المنتج لتوفير الوسائل التقنية والميزانية اللازمة، متابعة تنفيذ المهام التحريرية والتسجيلية والتقنية، التأكد من جاهزية أشرطة الفيديو، تنفيذ الإخراج، التسجيل أو البث المباشر، الاجتماع مع فريق البرنامج لتقييم الأداء لكل الأعضاء. وفي الختام، وتعميمًا للفائدة العملية تطرح للضيف وبقصد التحكم في إعداد البرامج بدرجة أكبر، زود الدكتور المنشط للتدريب المتدربات بنموذج لورقة الطريق لبرنامج تلفزيوني حواري.

عقب انتهاء جلسات هذا اليوم نظمت الوزارة المنتدبة المكلفة بقضايا الأسرة والمرأة زيارة ميدانية لفائدة الإعلاميات العربيات المشاركات في الدورة، كانت وجهتها التلفزيون الجزائري، حيث استقبلتهن السيدة أمينة دباش مساعدة المدير العام للتلفزيون الجزائري. وألقت سيادتها كلمة عن حجم الحضور المهني للمرأة في التلفزيون الجزائري ونوعية ذلك الحضور، وكيف يعد الإعلام من القطاعات المؤنثة في الجزائر؛ حيث إن أكثر العاملين به من النساء. كما قامت كل إعلامية من الإعلاميات بتقديم نبذة عن وضع المرأة داخل المؤسسات الإعلامية في دولهن. والتقت المشاركات بالسيد عبد القادر العولمي المدير العام للتلفزيون الجزائري، الذي ألقى كلمة ترحيب بالإعلاميات العربيات، وشدد في كلمته على الدوار الحيوي الذي يلعبه الإعلام في عمليات التغيير والإصلاح للواقع العربي. وأعقبت ذلك جولة تعريفية للإعلاميات داخل أستوديوهات التلفزيون الجزائري.

اليوم الرابع الموافق لـ 2012/12/22م:

في اليوم الرابع الموافق لـ 2012/12/22م استهل النشاط التدريبي بعمل تطبيقي خاص بتلقين المتدربات آليات التصور والتحضير لحصة تلفزيونية وفقًا لمنهجية تسيير المشاريع، حاول فيها منشط التدريب الرد عن أهم الإشكاليات التي طرحتها المتدربات حول الصعوبات والعوائق التي تواجههن كإعلاميات، مدققًا في نفس الوقت ومركزًا على أهم المبادئ الواجب توافرها في "المشروع"، وهي "إن للمشروع بداية كما أن له تاريخ نهاية"، وأن للمشروع هدفًا يتمثل في تلبية حاجات خاصة لجمهور خاص أو عام، وأخيرًا الاعتماد على جملة من الوسائل المادية والبشرية والإجراءات والمنهجيات المساعدة على تخطيط العمليات وتنفيذها ومراقبتها، كما وضَّح أن المشروع يمتاز بالانفرادية والتعقيد، وتنتج سمة التعقيد المرتبطة بالمشروع الحاجة إلى وسائل وكفاءات غالبًا لا تتوافر في المؤسسة، ولا عند جهة واحدة. هذه الفكرة جاءت كرد على معاناة الإعلاميات المتدربات في مواقع عملهن؛ حيث إن معظمهن اشتكين من قلة الإمكانيات التي تقع تحت أيديهن، والتي يتطلب جلبها وتوفيرها تعقيدات إدارية تثبط إرادتهن وحماستهن للبرنامج أو المشروع؛ الأمر الذي ينعكس سلبًا على أدائهن المهني، ويؤثر على المُنتج النهائي.

بعد هذا النشاط التدريبي الذي دام ساعة واحدة، استؤنف العمل في اليوم الرابع ابتداء من الساعة التاسعة والنصف **بأعمال تطبيقية، وكان هذا باستخدام أستديو تلفزيوني متنقل تابع لمركز التدريب الإعلامي للبلدية**. شمل التدريب المحاور الأساسية التالية: تقنيات التنشيط التلفزيوني، وأشرف على هذا التدريب الأستاذ عمار عبد الرحمان، أما المحور الثاني فتم تخصيصه لإنجاز نشرة إخبارية "التلفزيون نموذجًا".

أتيحت الفرصة لأغلب الإعلاميات المشاركات لاستعمال الأستديو المتنقل، والقيام إما بالتنشيط أو بإلقاء نشرة إخبارية. هذه التمرينات الميدانية أعطت فرصة للمشاركات للوقوف على بعض الهفوات والأخطاء التي صاحبت مرورهن في الأستديو، وأعطت فرصة للأساتذة المدربين الأستاذ عمار عبد الرحمان، والدكتور عمار بوسعدة، لتصويب هذه الأخطاء، وإمداد المتدربات بالأسس العلمية والعملية لعمليات الإلقاء والتنشيط، سواء تعلق الأمر بملاحظات لها علاقة بالجانب الشكلي للأداء، أو بملاحظات متعلقة بالمضمون. فاعليات اليوم الرابع شكلت فرصة كبيرة بالنسبة للمتدربات لتجريب قدراتهن الإلقائية والإبداعية باستخدام الأستديو المتنقل. ثمنت كل المشاركات برمجة هذا العمل التدريبي التطبيقي، خاصة وأن إدارة الأستديو التلفزيوني المتنقل امتازت بمهنية عالية؛ الأمر الذي سمح للمتدربات بإنجاز التدريب في ظروف جد مشابهة ومطابقة للأستوديوهات التلفزيونية العادية.

فاعليات الجلسة الختامية:

ألقت كلمة اختتام فاعليات الدورة ممثلة معالي الوزيرة نوارة سعدية جعفر، الوزيرة المنتدبة المكلفة بالأسرة وقضايا المرأة السيدة حسيبة حواسين رئيسة الديوان. تضمنت كلمتها الإشادة بمستوى الدورة، وبالمستوى الرفيع للتدريب، وبكفاءة القائمين عليه، وباستجابة المشاركات ونشاطهن، وبالتنظيم الناجح للدورة، وحسن التعاون مثمنة روح التعاون القائمة بين الوزارة المنتدبة ومنظمة المرأة العربية، وأعربت في نفس الوقت عن أهمية هذا النشاط التدريبي الهادف إلى تقوية القدرات المهنية والإبداعية للإعلاميات العربيات وتعزيزها، وبينت كيف أن مثل هذه اللقاءات التي تنظمها منظمة المرأة العربية في البلدان العربية هي أيضًا فرصة لتبادل التجارب والخبرات بين الإعلاميات العربيات. أما المديرة العامة لمنظمة المرأة العربية الأستاذة الدكتورة ودودة بدران، فقد أشادت بالجهود التي قامت بها الوزارة المنتدبة المكلفة بالأسرة وقضايا المرأة، وبالرعاية والتعاون وكرم الضيافة الذي شمل الإعلاميات العربيات وجميع الطاقم الفني للمنظمة من معالي الوزيرة المنتدبة المكلفة بالأسرة وقضايا المرأة. وقبل أن تعلن السيدة حسيبة حواسين ممثلة معالي الوزيرة عن الختام الرسمي للدورة، وزعت **شهادات المشاركة** على الإعلاميات العربيات. وشارك في توزع الشهادات إلى جانب كل من المديرة العامة للمنظمة والسيدة رئيسة ديوان معالي الوزيرة، الأستاذ الدكتور بلقاسم بن روان، الذي شكر المشاركات في كلمة قصيرة على التجاوب وروح التعاون من قبلهن، وبين كيف أن التزامهن بالبرنامج ومواده المختلفة كان له الأثر البين في نجاح الدورة وتسهيل مهمة الطاقم التدريبي، وتمنى لكل الإعلاميات عودة سالمة غانمة إلى بلدانهن.

تقييم الدورة التدريبية حول:

"مهارات البحث والإعداد والتحليل الإعلامي في مجال السياسة"

أولا: بالنسبة لفريق التدريب:

الفريق التدريبي الذي أشرف على تكوين المتدربات قدم محتوى تدريبيًّا تجاوب مع ما كان منتظرًا منه من قِبَل المشاركات؛ حيث ركز المدربون على مجالات تخصص الإعلاميات العربيات. وكان هناك تجاوب كبير من الإعلاميات وفريق التدريب، وظهر ذلك من خلال عدد الأسئلة التي طرحت والردود التي كانت تعقبها. وتبين من خلال هذا التفاعل أن عامل الوقت كان هو دائمًا العامل الضاغط على المدرب وعلى المتدربة، وهذا من خلال رغبة المشاركات في المزيد من الوقت لتغطية كل التساؤلات التي كانت تطرح. تبين أيضًا أن المحتويات المختلفة التي عرضت على المتدربات امتازت بالانسجام والتكامل، وما رسخ هذه المسألة هو روح التعاون والتشاور التي ميزت عمل فريق التدريب، حيث كان الفريق يعقد اجتماعات تنسيقية وتقييميه في نهاية كل نشاط بقصد تدارك النقائص وتصويب البرنامج وتعديله ليستجيب مع ما تنتظره المتدربات.

ثانياً: المحتوى التدريبي من وجهة نظر المتدربات:

حسب ردود فعل المتدربات عن المحتوى التدريبي للبرنامج، ومن خلال الإطلاع على استمارات التقييم، ثمنت كل المشاركات المفردات التدريبية التي احتواها البرنامج، حيث أكدن على أهميتها، وبيَّنَّ كيف أن هذا المحتوى فتح لهن آفاق تفكير وتحليل جديدة، وأسهم في عملية التراكم المعرفي لديهن في مجال عملهن. ولكن في نفس الوقت رأت معظم المشاركات أن الموضوعات المدرجة في البرنامج تتطلب مزيدًا من الوقت؛ فحسب رأيهن لا يمكن تغطية هذه الموضوعات كلها في تلك المدة القصيرة، أي مدة أربعة أيام، واقترحن إما تمديد مدة التكوين، أو تقليص حجم الساعات اليومي؛ حتى يتاح لهن فرصة التعامل مع موضوع واحد والاستفادة منه استفادة جيدة وكاملة. كما أكدت المشاركات على الأهمية الكبيرة التي يكتسبها التحصيل النظري الذي يعزز الرصيد المعرفي والمفاهيم لدى المتدربات، ولكن مع هذا كله استحسنت كل المشاركات وفضلت الجانب التطبيقي والتدريبي الذي احتواه البرنامج بتخصيص يوم كامل للتدريب على أستديو متنقل.

ثالثاً: التقييم العام للدورة:

هذه الدورة حققت الأهداف المرجوة منها، والمتمثلة خاصة في مد المتدربات بجملة من المعارف والمعلومات التي تساعدهن في مجال عملهن كفاعلات في القطاع السمعي البصري. كما أن هذه الدورة عززت الرصيد المعرفي المفاهيمي لدى المشاركات في مجالات أخرى لها علاقات مباشرة وغير مباشرة بمواقع عملهن كإعلاميات عربيات. هذه المجالات ركزت خاصة على المشاركة السياسية للمرأة في المجال السياسي وإدارة الشأن العام للمجتمع، وعززت معارفهن حول مفهوم النوع الاجتماعي وقضايا الأمن الإنساني للمرأة. وكل هذه المفاهيم التي تم إدراجها بالدورة تنفيذًا للتوصيات الصادرة عن المؤتمر الثاني لمنظمة المرأة العربية المنعقد في "أبو ظبي" بتاريخ: 11-13 نوفمبر/ تشرين الثاني 2008م تحت عنوان "المرأة في مفهوم وقضايا أمن الإنسان".

هذه الدورة استطاعت أيضًا أن تحقق مشاركة عربية قياسية للإعلاميات العربيات العاملات في القطاع الإعلامي وفي المجال السمعي البصري؛ الأمر الذي ساعد على وجود تجانس بين المتدربات بناء على متغير المستوى التعليمي؛ حيث كل المشاركات متخرجات من كليات وأقسام الإعلام والاتصال، و عاملات بالقطاع السمعي البصري. هذا الانسجام حقق توافقا وانسجاما ساعد المدربين على تقديم محتوى تدريبي منسجم بمفردات نوعية تجاوبت معها المتدربات. أما ما ميز المشاركات في هذه الدورة فتمثل فيما يلي:

- الاستيعاب الجيد للمعلومات المقدمة.
- المتابعة الحسنة للضوابط والقواعد المهنية التي قُدمت خلال الورشات لتطوير الأداء الإعلامي للمشاركات.
- وجود اتصال سهل وفعَّال بين المشاركات الإعلاميات والمدربين المؤطرين للدورة.
- الالتزام بتنفيذ جيد ومقبول للأعمال التطبيقية المقترحة لتدريب المشاركات في الدورة وتأهيلهن.
- تحلي كل المشاركات بالانضباط والتفاعل مع السير الحسن لكل المحاضرات، وقيامهن بإنجاز التطبيقات التدريبية.
- الاحترام والتقدير المتبادل بين المشاركات ساعد على وجود جو تنافسي جيد طيلة أيام الدورة.

ثالثًا: أهم القضايا التي أثير النقاش حولها في الدورة:

- إلى أي مدى تستطيع الإعلاميات إحداث تغيير في واقعهن (المهني والاجتماعي) في ضوء القيود التي تفرضها المؤسسات التي ينتمين إليها، سواء كانت مؤسسات حكومية ذات توجهات ومصالح سياسية معينة، أم مؤسسات خاصة تحركها دوافع مالية؟ بعبارة أخرى: كيف يكون الإعلامي موضوعيًّا في ظل المصالح التي يعمل في إطارها؟

- كيف يمكن التعامل مع الوسائط الإعلامية الجديدة كمصادر للمعلومات؟ وكيف يمكن تطبيق المعايير المهنية والأخلاقية عليها؟

- أخلاقيات المهنة بين كل من: المسئولية الفردية، والمرجعية القانونية، والقواعد المهنية.

- هل الإعلامي/الإعلامية على دراية كاملة بالقوانين المنظمة للعمل الإعلامي؟

- كيف تقاس النزاهة في العمل الإعلامي، وما معايير ذلك؟

- أزمات المرأة الإعلامية في الحقل المهني وارتباطها بمشكلات المرأة في المجتمع العربي بوجه عام على المستويين الثقافي والاجتماعي بصفة خاصة. (حدود وعي المرأة - القيود الاجتماعية المفروضة على المرأة - التقاليد - التأويلات الدينية) و"مدى نجاح المرأة العربية في صياغة أهدافها في ضوء المتغيرات والمستحدثات في ظروفها وتكونها، بدلًا من أن تعيش بطموحات وأهداف امرأة من الماضي".

- أزمة غياب المجتمع المدني كمنتج للمعلومات.

- أزمة عدم احترام التخصص والقواعد المهنية في المؤسسات الإعلامية.

- كيفية العمل على مراعاة الجودة في الأداء الإعلامي. وكيفية التقييمومعاييره.

- كيفية العمل على مراعاة الجودة على المستوى الفردي في مواجهة العوائق السياقية الأخرى، مثل: حدود التكلفة، نمط الإدارة وتوجهاتها...إلخ. وضرورة تحديد المسئوليات، والتزام الجودة في إطار الدور المحدد.

- الإعلام العربي ومسئوليته في الحفاظ على استقرار الأمة العربية: أهمية التواصل الفعَّال والحي بين الإعلاميين

العرب في المساعدة على نقل صور حقيقية متوازنة لما يجري داخل الدول العربية التي تتعرض لظروف عدم الاستقرار السياسي، وحشد الدعم السياسي والمعنوي لهذه الدول، وأهمية هذا التواصل أيضًا في نقل الخبرات وتبادلها بين الدول العربية، خاصة بين الدول التي تعرضت سابقًا لأزمات سياسية/أمنية ضخمة استطاعت تجاوزها، والدول التي مازالت تحت نير الأزمات.

رابعاً: الشروط التنظيمية للدورة:

عقدت الدورة في شروط مادية وتنظيمية جد ممتازة، ساعدت على إقامة التدريب في سياق إيجابي ومريح للمشاركات وللفريق التدريبي؛ وهذا بفضل الجهود والعمل والتنسيق الدائِمين بين الوزارة المنتدبة المكلفة بالأسرة وقضايا المرأة العربية بالجزائر ومنظمة المرأة العربية، التي وفرت بدورها كل الإمكانيات والوسائل والرعاية اللازمة لنجاح هذه التظاهرة العربية الممتازة.


التوصيات

أولاً: التوصيـــات:

بخصوص المدى الزمني:

- زيادة المدة الزمنية للدورة؛ نظرًا لأن ضيق الوقت كان عائقًا في سبيل تحصيل المادة العلمية المكثفة التي احتوتها الدورة.

- تقليل عدد ساعات التدريب في اليوم الواحد بما يساعد على استيعاب أفضل لمعارف الدورة.

بخصوص الموضوعات:

- ربط قضايا المرأة بما يطرح في الدورة من موضوعات بشكل أكبر؛ نظرًا للافتقار للطرح الإعلامي المحترف لقضايا المرأة في المنطقة العربية.

- حصر موضوعات الدورة في موضوعين أو ثلاثة موضوعات فقط، والتركيز عليها.

- اقترحت الكثير من المشاركات تنظيم دورات متخصصة في مجالات مثل: الأداء- فن الإلقاء والخطابة- الصوت - قواعد اللغة العربية - التقديم - الشكل (المظهر، اللباس، الحضور)- استعمال الكاميرا- تقنيات الكتابة الحيادية...إلخ.

بخصوص المستهدفين:

- عمل تدريبات متخصصة لبعض الفئات، مثل: المراسلين - المخرجين- الفنيين.

- اشتمال الدورة على إعلاميين من الرجال إلى جانب الإعلاميات.

بخصوص المنهجية:

- اقترحت الغالبية العظمى من المشاركات التركيز على الشق التطبيقي على حساب الشق النظري، وإتاحة مساحة للعمل الميداني.

- مراعاة تعدد الوسائل التعليمية وتنوعها، والتركيز على استخدام الأفلام ومواد الفيديو.

أخرى:

- اقترحت معظم المشاركات زيادة عدد الدورات (مرتان على الأقل سنويًّا)، وزيادة عدد المشاركات لإفادة عدد أكبر من الإعلاميات العربيات.

- اقترح كثير من المشاركات عقد دورات مكملة للمجموعة نفسها من المتدربات لتحقيق التراكم.

- إيجاد آلية للتواصل الدائم بين المشاركات في الدورة وتبادل المعلومات حول الأوضاع في دولهن.

- التنوع في اختيار أماكن انعقاد الدورات بين عواصم الدول العربية.

- التنسيق المباشر بين منظمة المرأة العربية والاتحادات والجمعيات والهيئات الإعلامية النسائية في الوطن العربي عند اختيار المشاركات؛ بهدف استغلال الصلة الميدانية بين هذه الهيئات وبين مشكلات المرأة الإعلامية وتطلعاتها.

- دعوة المشاركات إلى تنفيذ دورات مشابهة للدورة الحالية في بلادهن لتعميم الفائدة.

- طباعة إصدار يتضمن جميع المواد العلمية التي قُدمت في الدورة.

- إعداد برامج تليفزيونية عن المرأة، تشارك فيها المشاركات في الدورة، وتعرض في التليفزيونات العربية.

- التواصل المستمر والمباشر بين المنظمة والإعلاميات، ومعرفة الصعوبات والمعوقات التي تعوق عملهن.

ثانياً: **اقتراحات عامة**:

- عمل رابطة للإعلاميات العربيات تضم كل من تلقى دورة تدريبية من الدورات التي تنظمها المنظمة، وفتح باب الانضمام إليها أمام من ترغب من الإعلاميات الأخريات.

- إنشاء مركز إعلامي متكامل في مقر المنظمة يكون متاحًا طوال العام للإعلاميات لإنتاج أعمالهن، أو بثها، أو التدرب فيه.

- عمل دورة متقدمة في واحد من مراكز التدريب العالمية في أمريكا أو أوروبا، أو إحدى الوكالات المتخصصة مثل BBC مثلًا.

- إنشاء قناة عربية بإشراف المنظمة تحمل الهم العربي بأسلوب وحدوي موضوعي لا يفرق بين الأديان والمذاهب، ويحمل رسالة مميزة، ويقدم ما لا يمكن تقديمه في القنوات الرسمية.

- دعم المرأة العربية الإعلامية ودفعها إلى الوصول إلى مراكز صنع القرار في مؤسساتها من خلال مطالبة منظمة المرأة العربية بذلك في اتصالاتها بالمؤسسات المعنية في الدول العربية.



25 شارع رمسيس، الكوربة، مصر الجديدة، القاهرة
جمهورية مصر العربية
25 Ramses St., Korba, Heliopolis, Cairo, Egypt
Tel.: (+202) 24183301/101
Fax: (+202): 24183110
E-mail: info@arabwomenorg.net
www.arabwomenorg.org